

الإعلام الرياضي

«الجزء الأول»

م.م. عطاء حسن عبد الرحيم

ماجستير في الإعلام الرياضي

مدرس مساعد بقسم إدارة الرياضية والتربية

بكلية التربية الرياضية ببور سعيد

جامعة فناة السويس

أ.د. خير الدين على عويس

دكتوراه في علم النفس الاجتماعي

جامعة أوريجون - أمريكا

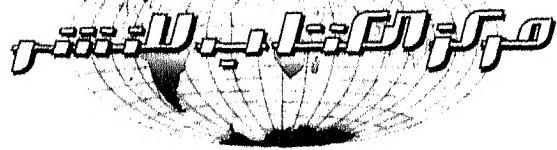
وكيل كلية التربية الرياضية للبنين

سابقاً جامعة حلوان

حقوق الطبع محفوظة

الطبعة الأولى

١٩٩٨



مصر الجديدة: ٢١ شارع الخليفة المأمون - القاهرة
ت: ٣٠٨٢٠٨٢٠ - ٢٩٠٦٢٥٠ - فاكس: ٢٩٠٦٢٥٠

مدينة نصر: ٧١ شارع ابن النفيس - المنطقة السادسة - ت: ٢٧٢٣٣٩٨

النَّظُرَيْاتِ

الفصل الأول

الإِعْلَامُ الرِّيَاضِيُّ

التَّارِيخُ - الْمَفْهُومُ

١٥	- التطور التاريخي لوسائل الإعلام
١٥	- عصر ما قبل الإسلام
١٦	- العصر الإسلامي
١٨	- العصر الحديث
١٩	- تعريف الإعلام
٢١	- تعريف وسائل الإعلام
٢٢	- عناصر الإعلام الرياضي
٢٢	- أهمية الإعلام الرياضي
٢٤	- أهداف الإعلام الرياضي
٢٥	- وظيفة الإعلام الرياضي
٢٥	- خصائص الإعلام الرياضي

الفصل الثاني

تَأْثِيرُ الْإِعْلَامِ الرِّيَاضِيِّ

٢٩	- الإعلام الرياضي ونظريات الإعلام:
٢٩	- نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى
٣١	- نظرية التأثير على المدى الطويل
٣١	- نظرية التطعيم أو التلقح

٣٢	- نظرية التأثير على مرحلتين
٣٤	- نظرية تحديد الأولويات
٣٧	- نظرية حارس البوابة
٣٨	- نظرية الاستخدامات والإشباع

الفصل الثالث أنواع تأثير الإعلام الرياضي

٤٣	- تغيير الموقف أو الاتجاه
٤٥	- التغيير المعرفي
٤٧	- الآثار الجماعية
٤٨	- الاستثارة العاطفية
٤٩	- الضبط الاجتماعي
٥١	- صياغة الواقع

الفصل الرابع شروط تأثير الإعلام الرياضي

٥٥	- شروط لها علاقة بالمصدر (نوع الوسيلة الإعلامية)
٥٦	- شروط لها علاقة بالبيئة (المحيط الاجتماعي)
٥٧	- شروط لها علاقة بالرسالة الإعلامية
٦٢	- شروط لها علاقة بالجمهور

الفصل الخامس مجالات تأثير الإعلام الرياضي

٦٩	- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي
٧٨	- العنف في المجال الرياضي

الفصل السادس

٨٥	- سيكولوجية الإعلام الرياضي
٨٦	- الإعلام الرياضي وال الحاجات النفسية
٨٧	- الإعلام الرياضي وعلاقته ببعض المجالات الأخرى
٨٧	- الإعلام الرياضي وال العلاقات العامة في المجال الرياضي
٨٧	- الإعلام الرياضي والإعلان في المجال الرياضي
٨٨	- الإعلام الرياضي والدعاية في المجال الرياضي
٨٨	- الإعلام الرياضي والاتصال في المجال الرياضي
٩٠	- الإعلام الرياضي والتخطيط في المجال الرياضي
٩١	- أنواع الإعلام الرياضي

الفصل السابع الصحافة الرياضية

٩٥	- تقديم
٩٧	- تاريخ الصحافة الرياضية
١٠٢	- المعنى الاصطلاحي لكلمة الصحافة
١٠٣	- اهداف الصحافة الرياضية
١٠٥	- وظائف الصحافة الرياضية
١٠٧	- أنواع الصحافة الرياضية
١١١	- دور الصحافة الرياضية في تكوين الرأي العام الرياضي

الفصل الثامن الصحفى الرياضى المسئوليات - الواجبات

١١٥	- الخصائص التي يتميز بها الصحفى الرياضى
-----	-------	---

١١٧	- التزامات الصحفيين وواجباتهم في المجال الرياضي
١١٨	- الالتزامات والمسؤوليات المهنية
١١٨	- الالتزامات والمسؤوليات الأخلاقية
١١٩	- الالتزامات والمسؤوليات القانونية
١١٩	- الالتزامات والمسؤوليات الاجتماعية
١٢٠	- المسؤولية الجنائية في الجرائم التي تكون سببها الصحافة الرياضية ..
١٢١	- مبادئ الصحافة الرياضية
١٢٢	- شروط الصحافة الرياضية للمساس بخصوصيات الأفراد

الفصل التاسع كيف تعدد صفحة رياضية؟

١٢٧	- هدف الصفحة الرياضية
١٢٨	- خصائص الجمهور المستهدف
١٢٨	- السياسة التحريرية لصفحة رياضية
١٢٨	- المساحة المخصصة لصفحة رياضية
١٢٩	- الكوادر الصحفية الرياضية المتخصصة
١٣٠	- تنفيذ الصفحة الرياضية
١٣١	كيف تصدر صحيفة أو مجلة رياضية متخصصة؟
١٣١	- خطوات ما قبل الاصدار
١٣٣	- خطوات الاصدار نفسها

الفصل العاشر التحرير الصحفي الرياضي

١٣٩	- أهداف التحرير الصحفي الرياضي
١٤٠	- قواعد تحرير المادة الصحفية الرياضية

١٤٣	- لغة تحرير الاشكال الصحفية الرياضية
	- الانماط اللغوية التي يجب استخدامها عند تحرير الموضوعات
١٤٥	الصحفية الرياضية
١٤٥	- استخدام اللغة الفنية أو التصويرية
١٤٦	- استخدام المصطلحات الرياضية
١٤٦	- استخدام اللغة العامية
١٤٨	- حتمية الالتزام بمصطلحات اللعبة

الفصل الحادى عشر

الاشكال الصحفية لموضوعات الصحافة الرياضية

١٥٤	المخبر الرياضى
١٥٤	- تعريف الخبر
١٠٥	- قواعد تحرير مادة الخبر الرياضى
١٥٦	* العنوان
١٥٧	- أهداف العنوان
١٥٧	- اسس كتابة وتحرير العنوان
١٥٧	- أنواع العناوين
١٥٩	* المقدمة (الاستهلال)
١٦٠	- اشكال المقدمة
١٦١	* جسم الخبر (النص)
١٦١	- مدخل تحرير الخبر الرياضى
١٦٢	- مدخل التركيز على الفرد
١٦٢	- مدخل القصص الحوارية
١٦٢	- مدخل ضمير المتكلم
١٦٣	- مدخل ترتيب الاحداث حسب زمن وقوعها

١٦٣	- مدخل السرد
١٦٣	- أنواع الخبر الرياضى
١٦٦	- طرق صياغة الخبر
١٦٩	- مصادر الاخبار والسبق الصحفى
١٧٩	- المتابعة الاخبارية

الفصل الثاني عشر

المقال الصحفى الرياضى

١٧٣	- مفهوم المقال الصحفى
١٧٤	- تعريف المقال الصحفى
١٧٦	- ماهية المقال الصحفى
١٧٧	- اجزاء المقال الصحفى
١٧٧	- انواع المقال الصحفى
١٧٧	- المقال الافتتاحى
١٧٨	- مقال العمود
١٨١	- مقال العبارات المجنحة
١٨١	- المقال القصير
١٨٢	- المقال القضية
١٨٣	- المقال العلمى الرياضى

الفصل الثالث عشر

التعليق الرياضى

١٨٧	- تعريف التعليق الرياضى
١٨٨	- نموذج التعليق الرياضى
١٩٢	- اجزاء التعليق الرياضى

الفصل الرابع عشر

المبحث الصحفي الرياضي

١٩٩	- مفهوم الحديث الصحفي
٢٠٠	- تعريف الحديث الصحفي الرياضي
٢٠٠	- أهمية الحديث الصحفي الرياضي
٢٠١	- عوامل نجاح الحديث الصحفي الرياضي
٢٠٢	- الحديث الصحفي والفنون الصحفية الأخرى
٢٠٣	- الحديث الصحفي والتصرير الصحفي
٢٠٤	- خطوات اعداد الحديث الصحفي الرياضي
٢١٣	- أنواع الحديث الصحفي الرياضي
٢١٥	- أجزاء الحديث الصحفي الرياضي

الفصل الخامس عشر

النقد الرياضي

٢١٩	- تعريف النقد الرياضي
٢٢٠	- دور الناقد الرياضي
٢٢١	- الشروط التي يجب توافرها في الناقد الرياضي
٢٢٣	- حق النقد الرياضي
٢٢٣	- النقد الرياضي المباح
٢٢٤	- اركان النقد الرياضي
٢٢٦	- آداب النقد الرياضي

الفصل السادس عشر

التحقيق الصحفي الرياضي

٢٣١	- تعريف التحقيق الصحفي الرياضي
-----	-------	--------------------------------------

٢٣١	- افكار التحقيق الصحفى الرياضى
٢٣١	- مصادر افكار التحقيق الصحفى الرياضى
٢٣٢	- خطوات اعداد وتنفيذ التحقيق الصحفى الرياضى
٢٣٣	- صياغة التحقيق الصحفى الرياضى
٢٣٥	- قوالب صياغة التحقيق الصحفى الرياضى
٢٣٦	- أنواع التحقيق الصحفى الرياضى

الفصل السابع عشر التقرير الصحفى الرياضى

٢٤١	- مفهوم التقرير الصحفى الرياضى
٢٤٢	- الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والخبر الرياضى
٢٤٣	- الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى
٢٤٤	- تحرير التقرير الصحفى الرياضى
٢٤٨	- أنواع التقرير الصحفى الرياضى

الفصل الثامن عشر الصورة الصحفية الرياضية

٢٥١	- خصائص الصورة الصحفية الرياضية
٢٥٤	- الصورة الصحفية الكاريكاتيرية
٢٥٥	- وظيفة رسام الكاريكاتير في الصحافة الرياضية
٢٥٦	- رسائل القراء
٢٥٩	- المراجع العربية
٢٦٩	- المراجع الأجنبية

مُقْتَلَهُمْ

يعتبر هذا الكتاب الأول من نوعه في العالم العربي والمصري حيث يتناول موضوع من أهم الموضوعات التي لها تأثير كبير واضح على الجمهور فقد اجتهد المؤلفان إلى جعل المادة المعروضة في الكتاب سهلة ومركزة حتى يمكن الاستفادة منها فقد تناول الفصل الأول التطور التاريخي لوسائل الإعلام حتى يتمكن القارئ من الوقوف على ما كان يحدث في الماضي من وسائل استخدمت كوسيلة إعلامية للجمهور ثم عرض نظريات الإعلام ثم أنواع تأثير الإعلام الرياضي حيث اشتمل هذا الفصل على كيف يلعب الإعلام الدور في تغيير الموقف أو الاتجاه وكذلك التغيير المعرفي والاثارة الجماعية والعاطفية والضبط الاجتماعي ثم كان الفصل الرابع الذي عرض الشروط التي يجب توافرها لكي تؤثر على الجمهور وكذلك الفصل الخامس الذي احتوى على مجالات تأثير الإعلام الرياضي أما سيكلولوجية الإعلام الرياضي فكانت من نصيب الفصل السادس حيث تناولت الإعلام الرياضي وال حاجات النفسية - وكذلك علاقته ببعض المجالات الأخرى وال العلاقات العامة في المجال الرياضي - وكذلك الإعلام والاعلان - والإعلام والدعائية - وكذلك بالاتصال والتخطيط ثم عرض الصحافة الرياضية في الفصل السابع تلتها فصل عن الصحفى الرياضى وضح فيه الخصائص التي يجب ان تتوافر فيه لكي يكون صحفي رياضيا بجانب الالتزامات والواجبات والمسؤوليات سواء الاخلاقية، والقانونية، والاجتماعية .

الفصل الأول

الاعلام والرياضة التاريخ - المفهوم

- التطور التاريخي لوسائل الإعلام
- عصر ما قبل الإسلام
- العصر الإسلامي
- العصر الحديث
- تعريف الإعلام
- تعريف وسائل الإعلام
- عناصر الإعلام الرياضى
- أهمية الإعلام الرياضى
- أهداف الإعلام الرياضى
- وظيفة الإعلام الرياضى
- خصائص الإعلام الرياضى

الفصل الأول

التطور التاريخي لوسائل الإعلام:

لقد مرت وسائل الإعلام بمراحل كثيرة عبر التاريخ حتى وصلت إلى الصورة التي عليها الآن في وقتنا الحاضر وهذا يرجع إلى تغير هذه الوسائل من عصر إلى آخر.

فقد كانت وسائل الإعلام في الأزمنة القديمة طبولاً تسمع في ادغال إفريقيا ودخان يصعد في بلاد الهند ونيراناً تسقط في صحراء العرب وحمائم تتطلق في عهود الخلفاء والسلطانين وخيلاً تسبق الريح في توصيل الأنباء الهامة من بلد إلى آخر.

ومعنى ذلك أن وسائل نقل الأخبار كانت كثيرة ومتنوعة في العصور القديمة كما كان القائمون بنقل الأخبار كثيرين أيضاً ثم خضعت هذه الوسائل الإعلامية لآطوار متعددة بعد ذلك حتى عرفت بأنواعها التي تألفها الآن.

واستكمالاً لصورة التطور التاريخي لهذه الوسائل أنه يمكن استعراض ما كانت عليه في العصور القديمة إلى أن عرفت بأنواعها اليوم والتي يمكن تقسيمها إلى ثلاث مراحل وهي كما يلى (٤٠ - ٩)

(١) عصر ما قبل الإسلام.

(٢) العصر الإسلامي.

(٣) العصر الحديث.

أولاً: عصر ما قبل الإسلام:

ويشمل هذا العصر الأمم القديمة كاليونانيين والهنود والفرس والروم وأهم وسائل الإعلام التي عرفتها هذه العصور لم تكن تخرج عن الوسائل التالية:

الشائعات - لنقش على الأحجار والأشجار وأعمدة المعابد - ايقاد النيران - حمل الأخبار من التجار الذين كانوا يتقلون من مكان إلى مكان - المنادون الذين كانوا يتجولون في عرض البلاد وطولها لنشر الأخبار وإعلان أوامر الحكام والولاة .
هذا بالإضافة إلى وسيلة الاتصال الشخصى بالجماهير المتمثلة فى الخطابة والشعر والمناظرة .

ثانياً: العصر الإسلامي:

اتخذت وسائل الإعلام فى هذا العصر صورة أكثر تحديداً من ذى قبل وأبرز هذه الوسائل :

١- القصيدة الشعرية :

وهي أول وسيلة إعلامية عرفت وكانت الإداة الوحيدة للتعبير عن رأى القبيلة في العصر الجاهلي فلما جاء الإسلام لعب الشعر دوراً بارزاً في نصره الدعوة الإسلامية وكان من أبرز الشعراة حسان بن ثابت .

وفي العصر الاموى وجد مايسى بالشعر السياسي فقد اعتمد خلفاء بنى أمية في كثير من قضاياهم السياسية على الشعراة السياسيين أمثال جرير والفرزدق ومع ظهور الفرق الإسلامية فيما بعد أصبح لكل فرقـة منها شعراؤها وخطباؤها الذين يدافعون عنها ضد الفرق الدينية الأخرى وفي عهود خلافة الفاطميين والأيوبيين والممالـك وهـي العهـود التـى شـهدـت الحـروب الصـلـيـبيـة كان للـشـعـر المـكان الأول في مـيـادـين الإـعلاـم والـدـاعـيـة .

وبالسيف والشعر نجح صلاح الدين الأيوبي في محاربة الصليبيين والتغلب عليهم وتحرير بيت المقدس وطردهم من البلاد الإسلامية .

٢- الخطبة :

تعد الخطبة منذ ظهور الإسلام هي الوسيلة الأولى من وسائل الإعلام التي اعتمد عليها رسول الله ﷺ في نشر الدين الإسلامي الجديد وفي شرح المبادئ التي نادى بها في الجزيرة العربية .

وكذلك ماحدث فى عهد الخلفاء الراشدين والعبود الإسلامية التى تلتة فلقد عرفت هذه العبود خطباء افذاذ مثل على بن أبي طالب وزياد بن أبيه وغيرهم حيث ظلت القصيدة والخطبة تتعاون على القيام بوظائف الإعلام والدعابة وإثارة المشاعر وتهييج الخواطر وفي التهيئة للحرب حيث ينتشر الخطباء فى المساجد الكبرى لتحمس الشعوب الإسلامية وتهيئتها للجهاد فى سبيل الله.

٣- المنادى:

كان النداء وسيلة لنشر الأخبار فقد شهد الناس فى العصور الإسلامية المنادى وهو يتتجول فى المدينة حيث كان لكل مدينة مناد أو أكثر وكان يعهد إليه اذاعة الأوامر الحكومية وبعض قوانين الدولة وبعض الأخبار العسكرية واذاعة نبأ وصول الحاكم أو الوالى الجديد للولاية واذاعة مواعيد الاحتفالات والأعياد الدينية ونحوها وكذلك عن وفاة أحد رجال الدولة وانبار الرعية عن كل ما يهمها فى حالة الحرب أو السلم.

٤- المآذن:

كانت المآذن من وسائل الإعلام المعروفة فى التاريخ الإسلامي حيث كان المؤذن ينشر من أعلىها الأخبار الهامة مثل خبر وفاة أحد من الأمراء أو قائد من القواد أو ينادي بالتغيير العام أو الدعوة للقتال ويستعين فى ذلك بالأيات والأحاديث التى تحدث الناس على ذلك.

٥- الأسواق العامة:

حيث كان تقدم فيها الخطابة والشعر وتعرض فيها المعارضات الفكرية إلى جانب المعارضات المادية ومن امثلتها سوق عكاظ وذى المجاز والمريد وغيرها.

٦- البريد:

عرف البريد فى التاريخ الإسلامي كوسيلة إعلامية هامة وقد نقله العرب عن الفرس وأول من وضع نظام البريد فى الإسلام معاوية بن ابي سفيان وقد اهتم

الحكام المسلمين به وقد تطور استخدام البريد لغايات الإعلام أو اهدافه فأنسى له بدلات من الخيل والراكيين طول الطريق لضمان وصول الخبر بسرعة.

وقد وصل البريد غاية الاتقان في زمن المماليك حيث استخدم البريد الجوى بواسطة الحمام الراجل لنقل الأخبار وأمور الحرب (٤١ - ٣٣٠ : ٣٣٣).

٧- البعثات والوفود والزيارات:

استخدمت البعثات والوفود والزيارات كوسائل إعلام هامة في الحياة الإسلامية واعتمد عليها صاحب الدعوة عليه السلام اعتماداً كبيراً حيث أرسل الرسول عليه السلام العوثر إلى الملوك والحكام والزعماء يدعوهם فيها إلى الإسلام مثل قيسار الروم وكسرى ملك الفرس والمقوص حاكم مصر والنحاشي ملك الحبشة كما أن الوفود التي أرسلها الرسول عليه السلام كانت بمثابة حركة إعلامية من اخطر ما عرف التاريخ كالوقد الذي أرسله إلى النحاشي والوقد الذي أرسله إلى أهل المدينة في بداية الدعوة يدعوهם إلى الإسلام ويعلمهم أحكام الدين كما أن الزيارات كانت بمثابة دعوة إعلامية مباشرة للإسلام ومن أمثلتها زيارته عليه السلام إلى أهل الطائف لدعوتهم إلى اتباع الدين الإسلامي (٤٠ - ١١).

ومن خلال العرض السابق لوسائل الإعلام في العصور الإسلامية اللاحقة يتبيّن لنا أنها استخدمت لأغراض دينية وسياسية واجتماعية في آن واحد.

ثالثاً: العصر الحديث:

بعد قيام الثورة الصناعية وما صاحبها من اكتشافات واختراعات أفادت الإنسانية كثيراً كان من بينها اختراع المطبعة ومستلزماتها والتي بها اتُخذت وسائل الإعلام صورة جديدة.

فتعد المطبعة الفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة من حيث الإعلام ووسائله وبمعنى آخر كانت المطبعة ثورة حقيقة نقلت الإعلام نقلة حضارية كبيرة من طور إلى طور ثم بدأت الثانية من ثورات الإعلام بظهور أدوات جديدة من أدواته وهي وكالات الانباء.

ثم حديث الثورة الثالثة في مجالات الإعلام بظهور المخترعات الحديثة ومنها الراديو والتليفزيون والسينما ومع ظهور شبكة الانترنت (المعلومات) حدثت الثورة الرابعة في مجال الإعلام التي نقلت العالم نقله حضارية كبيرة في المجال الإعلامي وخاصة بعد دخول الإذاعة والتليفزيون هذه الشبكة واحتلت مصر الترتيب الحادي عشر من حيث استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة بعد تسع دول أوروبية بالإضافة إلى الولايات المتحدة الأمريكية وأصبح عدد المشتركين في هذه الشبكة ثلاثة ونصف مليون ٣٥٠٠٠ مشترك في العالم *.

ومن أبرز وسائل الإعلام الحديثة التي عرفتها البشرية ما يلى :

- (١) الحوار أو الحديث.
- (٢) السينما.
- (٤) الإذاعة.
- (٦) الصحف.
- (٧) المجلات
- (٨) الكتب.
- (٩) وكالات الانباء.
- (١٠) لوحة الإعلانات.
- (١١) المعارض.
- (١٢) المؤتمرات والندوات
- (١٣) الكمبيوتر وشبكة المعلومات (الانترنت).

وستتناول في الفصول القادمة بالشرح والتحليل أبرز هذه الوسائل في مجال الإعلام الرياضي وهي الصحافة والإذاعة والتليفزيون للتعرف على تاريخ كل منها وأهدافها وخصائصها وظائفها والأشكال الفنية التي تميز بها .

تعريف الإعلام:

الإعلام في اللغة العربية يعبر عن المعنى والدلالة الآتية :

- الإعلام بمعنى نشر المعلومات بعد جمعها وانتقاءها وأحياناً يطلق عليه الاستعلامات التي تعنى إبراز الأخبار وتفسيرها .

* أخبار اليوم ١٩٩٧/٦/١ .

- الإعلام بمعنى الدعوة وهو المعنى القديم الذي أطلق عليه في القرون الوسطى لفظ **Propaganda** أي النشاط الهداف إلى نشر الدعوة والتبشير بها وكسب المؤمنين بها.
- الإعلام بمعنى الدبلوماسية المفتوحة أو الشعبية أو العمل السياسي الخارجي (١٨ - ١).

اما الإعلام اصطلاحا فقد عرفه الباحثون بعض التعريفات نذكر منها:

- تعريف زيدان عبدالباقي (١٩٧٢) بأنه: تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة.
- وعرفه عبداللطيف حمزة (١٩٧٢) بأنه: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.
- وعرفه إبراهيم إمام (١٩٧٧) بأنه: عملية نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراده وتنميتهم.
- وعرفه جيهان رشتي (١٩٧٨) بأنه: الاقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والاحصاءات وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت وهو ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الإعلام سواء أكان صحفياً أو إذاعياً أو مشغلاً بالسينما أو التليفزيون.
- وعرفه حامد زهران (١٩٨٤) بأنه عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة واخبار صادقة وموضوعات دقيقة وواقع محدد وافكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع مصادر خدمة للصالح العام.

ويفهم من هذه التعريفات أن الإعلام هو عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والاحصاءات ويستهدف تنظيم التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي منها الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما والمسرح وغيرها ..

تعريف وسائل الإعلام:

هي عبارة عن مجموع الوسائل التقنية والمادية والاخبارية والفنية والأدبية والعلمية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر ضمن إطار العملية التحقيقية والارشادية للمجتمع . (٤٦ - ٧٥).

فالإعلام هو عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاربهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم وهو في هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة وجعلتها ودعمتها بامكانيات عظيمة حولتها إلى قوة لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء .

وإذا كانت كلمة الإعلام مشتقة من «أعلمه بالشيء» فهى تعنى تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة وبقدر ما تكون هاتان الصفتان متوفرتان بقدر ما يكون الإعلام سليماً قوياً .

وسواء اكانت الوسائل الإعلامية مقرئه أو مسموعة أو مرئية فإن الغاية الإعلامية تمثل في المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل ومدى مسايرته لروح العصر والفاعليـة الموضوعـية والابعاد التـحقيقـية والشكل الفـني الجـميل والمـلائم فيه ويتم نقد الجهاز الإعلامـي وتقـويـه عمـومـاً إيجـابـاً وسلـباً فـي الاسـاس عـلى ضـوء هـذا المـفـهـوم . (٩ - ١٠) .

وعرف صالح دياب (١٩٩٤) وسائل الإعلام بأنها: مجموعة المواد الادبية والفنية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الأدوات التي تنقلها أو تعبر عنها مثل الصحافة والإذاعة والتليفزيون ووكالات الانباء والمعارض والمؤتمرات والزيارات الرسمية وغير الرسمية .

- تعريف الإعلام الرياضي:

نظراً للعدم تعرض أحد من قبل الى تعريف الإعلام الرياضي لذا قام المؤلفان بتعريفه تعريفاً اجرائياً بأنه :

عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين افراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي .

عناصر الإعلام الرياضي

لإعلام الرياضي عناصر أربعة هي :

(١) المرسل . (٢) المستقبل .

(٣) الاداء أو الوسيلة . (٤) الرسالة (المضمون) .

- المرسل هو : صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو اللاعب أو المدرب الخ .

- المستقبل هو : من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرداً أو جماعة .

- الاداء أو الوسيلة هي : ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحيفة أو اذاعة أو تليفزيون . . . الخ .

- الرسالة أو المضمون هي : ما تحمله وسيلة الإعلام الرياضية لتبليغه أو توصيله إلى المستقبل ويعتمد الإعلام الرياضي في بلوغ اهدافه على الرسالة والمضمون الذي تقدمه هذه الرسائل ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام ومسائرته لروح العصر والشكل الفني الملائم ومناسبته لمستوى المستقبليين من الجمهور من حيث اعمارهم وحاجاتهم ويتم نقد الإعلام الرياضي وتقويه ايجاباً أو سلباً في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي ان تتحقق تجعل تأثيرها في الناس أكبر وتحوذ على ثقتهم وتفاعلهم معها وحول عناصر الإعلام الرياضي هذه بنيت نظرية الاتصال وتفسيراتها لسيكولوجية الإعلام الرياضي .

أهمية الإعلام الرياضي :

يعتبر الإعلام الرياضي قدماً وحديثاً بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية ومرانع الشباب بل والعلمية براحتها

المختلفة وتجاوزها فتقرب الفروق بين الناس عن طريق ما تنشره بينهم من خبرات تعدل بين سلوكهم كباراً أو صغاراً بما يتلاءم مع القيم والتقاليد الرياضية السليمة.

وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص لها الصحف والقنوات الإذاعية والتليفزيونية وتوجهها نحو تحقيق اهدافها الداخلية من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي لهم وتعريفهم بأهمية دور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة.

واستخدامها أيضاً للوصول إلى اهدافها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارتها شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقديمها في شتى المجالات وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير وال سريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي وضرورة احاطة الأفراد بالمجتمع علماً بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد هذا المجتمع وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار.

ومن هنا يتضح أهمية الإعلام الرياضي في القيام بواجبه هذا بالإضافة إلى زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بال مجالات الأخرى سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية وعدم قدرة الفرد في ملاحقة ومتابعة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمراً صعباً فأقل ما يوصف به هذا العصر هو عصر المعلومات نتيجة للتقدم الذي حققه الكمبيوتر والأقمار الصناعية وظهور شبكة المعلومات (الإنترنت).

ومن هنا تبرز الحاجة الضرورية والملحة في قيام الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.

والإنسان في نظر رجال الإعلام (نفس اعلامية) تتغذى بالخبر وتنمو بالفكرة

وتعافي باللحن. ومن هنا تبدو أهمية الإعلام الرياضي أيضاً في السيطرة على جمهور الرياضة وتوجيه مشاعرهم الوجهة التي يريد لها الموجه.

فإن وضعت في الخير كانت وسيلة لاتضاهى في البناء وإن وضعت في غير ذلك كانت شراً مستطيراً (١٧ - ١٨).

ومن خلال هذا العرض الموجز يمكن القول بأن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحفة رياضية وبرامج رياضية اذاعية وتليفزيونية يؤثر تأثيراً كبيراً في الوقت الراهن ويشكل جانب خطيرة من النمو السلوكى والقيمى لافراد المجتمع في المجال الرياضي ولكن كيف يمكن للإعلام الرياضي من تحقيق هذا التأثير؟ هذا ما ستناوله في الفصل الثاني من هذا الكتاب.

أهداف الإعلام الرياضي:

- (١) نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديات التي قد طرأت عليها.
- (٢) ثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد انماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ كأن التوافق سمة من سمات المجتمع.
- (٣) نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون امام الرأى العام في المجال الرياضي واعطاءه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات وهذه هي أوضح اهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتشفيهم رياضياً من خلال امدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي.
- (٤) الترويج عن الجمهور وتسلیتهم بالاشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

وظيفة الإعلام الرياضي:

تكمّن وظيفة الإعلام الرياضي الرئيسية في احاطة الجمهور علمًا بالأخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأى عام صائب في واقعة أو حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بال مجال الرياضي .

خصائص الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ولكن من أبرز هذه الخصائص ما يلى :

- (١) الإعلام الرياضي يتضمن جانباً كبيراً من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول إليه فهذا مثلاً برنامج إذاعي رياضي موجه إلى جمهور كرة القدم وهذه مجلة رياضية خاصة بكلمة السلة وهذا حديث تليفزيوني موجه إلى جمهور كرة اليد وهكذا ..
- (٢) الإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
- (٣) الإعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة افتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعوقين وغيرها .

- (٤) الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد أولاً من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع فالإعلام الرياضي بمثابة المرأة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع .

الفصل الثاني

نظريات الإعلام الرياضي

- الإعلام الرياضي ونظريات الإعلام:

- نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى

- نظرية التأثير على المدى الطويل

- نظرية التطعيم أو التلقیح

- نظرية التأثير على مراحلتين

- نظرية تحديد الأولويات

- نظرية حارس البوابة

- نظرية الاستخدامات والأشباع

الفصل الثاني

تأثير الإعلام الرياضي في الجمهور

ليس هناك اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري (وسائل الإعلام) على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام بصفته عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة على الجمهور أو على نوعية ذلك التأثير بالرغم من أن هناك اجماعاً على تأثير تلك الوسائل على جمهورها خاصة الإعلام الرياضي نظراً لمحاطته لقطاع كبير من الجمهور مثلاً بلغ عدد المشاهدين لدورة أطلانتا الأولمبية ١٩٩٦ عبر شاشات التليفزيون وحده دون وسائل الإعلام الأخرى مليار مشاهد* هذا بالإضافة إلى المستمعين الذين تابعوا أحداث هذه الدورة من خلال الإذاعات والبرامج الرياضية أو من خلال المتابعة العميقة للصحافة الرياضية وهم أيضاً يشكلون نسبة كبيرة من الجمهور.

ولهذا أصبح تأثير الإعلام الرياضي على الجمهور مجالاً ضخماً قائماً بذاته له نظرياته وابحاثه الخاصة في هذا الفصل ستتناول علاقة الإعلام الرياضي بنظريات الإعلام لايصبح اساليب تأثيره على الجمهور في ضوء هذه النظريات وفي الفصل الثالث سيتم تناول أنواع هذا التأثيرات وفي الفصل الرابع سيتم تناول الشروط التي يجب توافرها لكي يحدث التأثير المرغوب ثم في الفصل الخامس تحديد بعض الحالات الرياضية التي يحدث فيها هذا التأثير.

الإعلام الرياضي ونظريات الإعلام

١ - نظرية التأثير المباشر أو قصير المدى:

ترى هذه النظرية أن علاقة الفرد بضمون المواد الإعلامية للإعلام الرياضي هي علاقة تأثير مباشر وتلقائي فالإنسان الذي يتعرض لأى مادة إعلامية في

* الأهرام ١٠/٩/١٩٩٦.

الإعلام الرياضي سواء كانت صحافية أو تليفزيونية أو اذاعية فإنه يتأثر بمضمونها مباشرة وخلال فترة قصيرة .

ومعنى ذلك هو ان مشاهدة الفرد لبعض مظاهر العنف في احدى المباريات من خلال التليفزيون أو عند قراءته عنها في الصحافة الرياضية فإنه بالضرورة بناء على هذه النظرية سوف يحاكيها ويحاول تطبيقها في واقع حياته ويسمى هذا المنحنى في دراسة تأثير مضمون الإعلام الرياضي بنظرية الحقيقة أو نظرية الرصاصة .

وملخص هذه النظرية ان الرسائل الإعلامية مهما كان نوعها والتي تبتها وسائل الإعلام تؤثر في الإنسان المتلقى لها تأثيراً مباشراً كما لو انه حقن بابره مخدرة أو اطلقت عليه رصاصة (٧١ - ١٦) .

ويكفي الاستشهاد على ذلك بحادثه انهيار عمارة في مصر الجديدة عام ١٩٩٦ حينما اتت الهلع والخوف سكان العمارات المرتفعة عندما نشرت وسائل الإعلام المختلفة أسباب انهيار هذه العمارة والتي منها قيام ملاك بعض الشقق بها بإزالة بعض الحوائط والأعمدة لزوم أعمال الديكور فانهالت البلاغات على اقسام الشرطة بشكل مكثف يشكوا السكان بعضهم البعض من قيام الآخرين بإزالة الحوائط والأعمدة من شققهم وبعد التحري وجد ان معظم هذه البلاغات كانت كاذبة وان ما تصوره البعض من قيام الآخرين بإزالة الحوائط والأعمدة هو مجرد وضع مسامير في الحوائط لاغراض خاصة غير الهدم لا أكثر .

ونود ان نؤكد انه لابد من وجود عوامل أو أسباب أخرى ساهمت في وقوع هذه الحوادث أو البلاغات فالإنسان ليس كائناً سلبياً يتأثر بكل ما يصادفه بعزل عن تركيبته النفسية وبيئته الاجتماعية ومستواه الثقافي والتعليمي وما يتربى عليه من خبرات سابقة فلابد ان يكون لهذه العوامل تأثير كبير في وصول الإنسان الى مثل هذه الحالة وخصوصه مثل هذا التأثير .

٢- نظرية التأثير على المدى الطويل أو التراكمي:

يرى هذا الاتجاه ان تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر اثاره من خلال عملية تراكمية متعددة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر الانى لسلوك الأفراد.

إن الإنسان يحتاج إلى زمن طويل حتى يغير نمط تفكيره واسلوب حياته وطريقة تعامله مع الأشياء الموجودة في البيئة المحيطة به واستمرار تعرضه عبر وسائل الإعلام الرياضية الى أفكار وقيم رياضية تختلف واسلوب حياته التي اعتاد عليها يؤدى به الى تبني بعض تلك الأفكار أو القيم الرياضية ويغير في أسلوب حياته متأثرا بما يعرض عليه ويدرجه تختلف من فرد إلى آخر حسب تركيبة شخصيته وحالته النفسية والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها وكذلك نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها ومضمون واهداف وسياسة كل منها.

ووفقا لهذا الاسلوب فإن استمرار تعرض الفرد الى المادة الإعلامية التي تنبذ مثلا العنف الذي يحدث في اللاعب الرياضية بكل صوره وشكاله سواء من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين واظهاره بصورة منافية للروح الرياضية السليمة من قبل الإعلام الرياضي يؤدى إلى قلة ظهور حوادث العنف هذه وبالتالي يمكن القضاء عليها على المدى الطويل (٧١ - ١٩).

٣- نظرية التطعيم أو التلقيح:

اشتق اسم هذه النظرية وفكرتها من الفكرة نفسها التي يقوم عليها أساسها التطعيم ضد الأمراض فالجرحات المتالية من المفاهيم والقيم الرياضية التي تتلقها من الإعلام الرياضي تشبه الامصال التي تحقن بها لكي تقل أو تنعدم قدرة الجراثيم على التأثير في أجسامنا فاستمرار تعرض الجمهور لمشاهد العنف والجريمة والتي تحدث في اللاعب الرياضية مثلا يخلق لديهم حالة من اللامبالاة تجاهها وعدم النفور منها (٢١ - ٧١).

فحالة السلبية هذه تجاه الاشياء السلبية في الإعلام الرياضي جاء نتيجة الحقد المتلازم لعقول هذه الجماهير بهذه الامصال الإعلامية مما ولد حالة من البلادة تجاهها اشبه بالحسناة التي يصنعها المصل حينما تلقي به ضد الامراض .

وحتى لانصل الى مثل هذه الحالة من البلادة واللامبالاة تجاه الاشياء السلبية في المجال الرياضي كالعنف مثلا يجب أن تقوم الوسيلة الإعلامية بعمليات التوجيه والارشاد والوعظ تجاه ما يقدم ومحاولة نبذه واظهاره بصورة منافية للالخلق والروح الرياضية !

فالرياضة اسمى من ان تكون ساحة للقتال أو النزاع بين منافسيها وانما هي تعمل على خلق المواطن اللائق اجتماعيا ونفسيا وبدنيا وعقليا وانفعاليا .

٤-نظريّة التأثير على مرحلتين:

ويقصد بذلك انتقال المعلومات على مرحلتين حيث ترى هذه النظرية ان تأثير وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يتم بشكل غير مباشر ويرتبط بمرحلتين هما :

المرحلة الأولى : هي ماتبته او تنشره وسائل الإعلام في المجال الرياضي للجمهور فالذى تتلقفه مباشرة من وسائل الإعلام قد لا يؤثر فىنا كثيرا بل قد لأنعيره أدنى اهتمام عند بث وسائل الإعلام لرسائلها وبتلقينا لتلك الرسائل (المعلومات) تنتهي المرحلة الأولى .

المرحلة الثانية : يبدئها من يسميهم علماء الاتصال بقادة الرأى في المجتمع وهم كل الاشخاص البارزين داخل التجمعات الصغيرة في المجتمع كجماعات الاصدقاء والزملاء في النادى أو الفريق والاقارب . قادة الرأى هؤلاء هم بعض اصدقائنا او اصحابنا او ذوى الرأى فىنا .

فالذى يحدث في هذه المرحلة هو ان قادة الرأى هؤلاء قد شاهدوا نفس الذى شاهدناه او قرأوا نفس الذىقرأناه فبدأوا بالحديث عنه بطريقة تنبهنا الى اشياء لم نفطن إليها وبأسلوب أكثر اقناعا من الطريقة التي عرضتها وسيلة الإعلام وقاد

الرأى هذا قد يكون له من النفوذ المادى أو الأدبي أو كليهما ما يجعلنا نقبل تفسيره ورؤيته الخاصة للرسالة الإعلامية مما قد يؤدي إلى تأثرنا بكل جزء من مضمون تلك الرسالة.

ولبيان كيف يحدث هذا التأثير وفقاً لهذه النظرية يمكن توضيح ذلك من خلال المثال التالي:

فلو ان بعض المراهقين أو المراهقات شاهدوا برنامجاً رياضياً معيناً تتضمن مشاهده عرضاً لقيم معينة أو افكاراً محددة حول مفهوم العنف مثلًا ثم كان من الغد بدأوا يحدثون به زملاءهم الذين شاهدوه والذين لم يشاهدوه.

هنا يبرز دور قائد الرأى حينما يبدأ بتحليل الرسالة الإعلامية (البرنامج الرياضي) وبقية أعضاء المجموعة تهز رؤوسها مؤمنة على ما يقول. وحيث ان الأفكار التي قد ترد في الرسائل الإعلامية التي تبها وسائل الإعلام غير صريحة وغير مباشرة في مدلولاتها فإن أي انسان يمكن ان يفسرها بالطريقة التي يراها هو أو على اساس تكوينه الثقافي وتشتيته الاجتماعية ومستواه التعليمي فمثلاً:

الاعتراض على قرارات الحكام قد يفسره قائد الرأى على انه نوع من التعبير عن الرأى وتحقيق الذات. فقائد الرأى ليس فقط لاعب بارع بالالفاظ والمصطلحات يلويها كما يشاء بل انه يمارس دور المبنى الانتقائي لبقية افراد المجموعة.

فهو الذي يذكرهم مثلًا بوابل الشتائم التي القاها احد اللاعبين على حكم المباراة كما أن قائد الرأى هو الذي يلفت انتظار زملاءه الى الطريقة التي اعترض بها اللاعب على حكم المباراة.

ومن خلال معرفتنا بطبيعة هذه النظرية ووفقاً لمفهومها ودرجة تأثيرها يجعلنا نأخذ الحيطة والحذر لامن المادة الإعلامية فقط أو الرسالة الإعلامية التي يبيتها الإعلام الرياضي بل يجب ان نعم الحساب لقادرة الرأى والأصدقاء وهنا يبرز دور المؤسسات الرياضية (الأندية - مراكز الشباب) والمؤسسات الاجتماعية وخاصة الأسرة في توجيهها للابناء في اختيار أو انتقاء جماعة الأصدقاء وفقاً لضوابط ومعايير اجتماعية معينة.

٥- نظرية تحديد الأولويات:

استعير اسم هذه النظرية من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات والاجتماعات. وفكرة النظرية على أنه مثلاً يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تناقش بناء على أهميتها.

كذلك يقوم الإعلام الرياضي بالوظيفة نفسها أي له جدول أعمال خاصة وعلى أساسها ترتيب الموضوعات وفقاً لدرجة أهميتها فالاهم ثم الأقل أهمية.

وجدول أعمال الإعلام الرياضي هو ما يبيه من برامج رياضية وما يعرضه من موضوعات رياضية حتى ليبدو لجمهور القراء أو المشاهدين أو المستمعين أن هذه البرامج والموضوعات أولى وأهم من غيرها بالاهتمام. فحينما ينشر الإعلام الرياضي رسائل إعلامية معينة فإنه يوحى للمشاهد أو للقارئ أنه لاشيء يستحق الاهتمام في هذا العصر أكثر مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد كما ان الحيز الذي يوفره الإعلام الرياضي في جدول أعماله لموضوع رياضي معين دليل على أهمية هذا الموضوع فمثلاً تركيز الإعلام الرياضي على رياضة بعينها ككرة القدم مثلاً يجعل أفراد المجتمع يشعرون بأنه لا يحدث في المجال الرياضي سوى مباريات الكرة وأنه لاشيء يستحق الاهتمام سواها.

فتركز الإعلام الرياضي على موضوع معين أو شخص معين واعطاءه حيزاً كبيراً يعني للجمهور أن هذا الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضراً باستمرار أو بكثرة في الإعلام الرياضي كما أن الموضوعات أو الأشخاص الذين ليس لهم حضور في الإعلام الرياضي ليس لهم أهمية لدى عامة الناس.

ومثال ذلك أن كليات التربية الرياضية في مصر تضم الكثير من العلماء والباحثين في مختلف العلوم الرياضية ولكن جدول أعمال الإعلام الرياضي لا يدخلهم في دائرة اهتماماته فانهم يعيشون في الظل لا يعرف الناس عن ابداعاتهم وابتكاراتهم وعطاءاتهم للبحث العلمي في المجال الرياضي شيئاً وتنظر مجرد أوراق حبيسة المكتبات تكتظ بها أرفف هذه المكتبات وبالمقابل فإن لاعب

الكرة يكون مصدر لكثير من الرسائل الإعلامية التي يقدمها الإعلام الرياضي وتتصدر صوره أغلفة وصفحات الجرائد والمجلات ومقدمة ونهاية البرامج الرياضية على شاشات التليفزيون ويعتبرونه المثل والقدوة التي يجب ان يحتذى بها الشباب وفي نفس الوقت نرى بعض هؤلاء اللاعبين وهم يؤدون المباريات التي تنقلها أجهزة الإعلام وهم يعتدون على الحكم ويسيبونهم بل ويعتدي بعضهم على البعض ولعل من الشيء المؤسف ان طالعنا بعض الصحف عن ضبط ثلاثة لاعبين دوليين ضمن شبكة آداب*.

وفي نفس الأسبوع طالعنا أيضا بعض الصحف عن قيام لاعب دولي ناشئ بالاعتداء على ضابط شرطة عندما قام بضبطه متلبسا بسرقة احد المواطنين ولم تذكر الصحف أيضا اسماء هؤلاء اللاعبين** بما يفتح المجال امام القارئ إلى أن يسىء الظن بجميع اللاعبين على حد سواء الدوليين منهم وغير الدوليين والكبار والناشئين الذين كانوا بالأمس القريب يمثلون القدرة لهم كما يقدمها الإعلام الرياضي.

ونحن نتساءل أين القدوة هنا والتي يحرص الإعلام الرياضي على تقديمها للشباب. ان ما يقدم من مواد إعلامية في الإعلام الرياضي على هذا النحو من التناقض يصيب الشباب بالتمزق والبلبلة نتيجة سقوط المثل والقدوة له وبذلك يتحول الإعلام الرياضي إلى اداة ممزقة للشباب مما يؤدي إلى ابعاده عن وجدان شعبه وتراب أرضه و يؤدي به إلى الاغتراب وفقدان الانتماء والهوية.

ان ما يقدمه الإعلام الرياضي من خلال جدول اعماله الان يدل على تراجع قيمة المثقفين وقادة الفكر في المجتمع الرياضي امام طغيان مثل هذه العناصر وقد ادى ذلك إلى ضعف قدرة الفئة المثقفة على القيام بدورها في القيادة الفكرية والعلمية في المجال الرياضي.

وقد يرجع السبب في ان الإعلاميون يحرضون على وضع لاعبي الكرة في جدول اعمالهم دون غيرهم في كل ما يقدمونه من مواد إعلامية رياضية وخاصة

* (الأهرام ٢/٥ ١٩٩٧).

** (الأهرام ٦/٤ ١٩٩٧).

البرامج التليفزيونية إلى سهولة إعداد وخروج البرامج لهم بل وتوافر موادها في مكتبة التليفزيون والتى لا تخرج عن اختيار بعض الأهداف التى يحرزها هؤلاء اللاعدين فى المباريات ليشغل بها المساحة الزمنية لهذه البرامج سواء فى مقدمة هذه البرامج أو اثنائها أو فى نهايتها.

ولايكلفون انفسهم عناء الاجتهد فى وضع مادة إعلامية تتناسب وطبيعة البرامج التى يستضيفون فيها رجال العلم والفكر فى المجال الرياضى فتكون المحصلة مزيدا من الضعف لهذه البرامج وبعدها عن تحقيق اهدافها ووجود تشابه وتكرار لمعظم فقراتها هذا ما اكنته دراسة اميمة حامد أبو الخير (١٩٧٩) حيث اشارت إلى أن برامج التليفزيون الرياضية تتشابه وتتكرر ولا تلبى احتياجات ورغبات الجمهور وهذا معناه افلس معدى ومخرجى هذه البرامج .

وما سبق يتضح لنا ضرورة الاهتمام بإعداد الكوادر الإعلامية القادرة على تحقيق هذه البرامج لأهدافها وفي نفس الوقت يجب على القائمين على الإعلام الرياضى وفقا لنظرية تحديد الأولويات هذه أن يضعوا القضايا الرياضية الهامة والملحة في جدول أعمالهم بحيث يتم تناولها بالأسلوب والشكل الذى يتتناسب ودرجة أهمية هذه القضايا حتى يمكن المساهمة في وضع الحلول المناسبة وأن يكون لرجال العلم الرياضى من أساتذة كليات التربية الرياضية دوراً كبيراً وبارزاً في جدول أعمال الإعلام الرياضي بما يمكن الاستفادة الكاملة من نتائج ابحاثهم ودراساتهم والخروج بها إلى دائرة الضوء والتى تقدم الحلول العلمية لكثير من القضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة بما يمكن الرياضة في المجتمع من مساراتها للتقدم العلمي والتكنولوجى في الدول المتقدمة .

وهذا ليس معناه أيضا اغفال تقديم النماذج المشرفة من الابطال الرياضيين في كل الرياضات من ذوى القيم والاخلاق والذين حققوا لمصر الكثير من الانجازات والبطولات الدولية والقاء الضوء عليهم والتركيز على الايجابيات حتى يكونوا بثابة القدوة الحقيقة لافراد المجتمع بما يحقق الانتماء الحقيقى للوطن الذى يعكس أهمية تحقيق الرياضة لأهدافها .

٦-نظريّة حارس البوابة:

اتت فكرة هذه النظريّة من عمل الحراس الذي يقف على البوابة فيدخل من يشاء ويمنع من يشاء. وغالباً ما تتحكم الاعتبارات الشخصيّة في قرار هذا الحراس. والنظريّة من حيث استخدامها في الحديث عن تأثير الإعلام الرياضي تنطلق من أن الأشخاص العاملين في الإعلام الرياضي يتتحكمون فيما يصل إليه الناس من مواد إعلاميّة.

إن هذا التحكم في تدفق المواد الإعلاميّة للجمهور يقوم به رجل الإعلام كحارس يقف على بوابة الجماهير ويسمح بتمرير مواد إعلاميّة معينة لهم.

إن رجل الإعلام أو حارس البوابة من خلال هذا الدور يحدد للجمهور ما يجب أن يقرأه أو يشاهده أو يسمعه.

ولأن وظيفة هذا الدور ذات طبيعة مزدوجة فحارس البوابة في الوقت الذي اختار أن ينشر لهم شيئاً معيناً استحسنـه هو في نفس الوقت يحرمـهم من قراءة أو مشاهدة شيء آخر.

فمثلاً رئيس تحرير صحيفـة رياضـية ما هو الذي يقرر نشر خبر عن اعتداء لاعبـي أحدـى الفرق على الحكم في مبارـاة لـكرة القدم وفي نفسـ الوقت يـحـجب خـبر اـمثالـ نفسـ لـاعـبـي هـذا الفـرـيق في مـبارـاة أـخـرى لـقرـاراتـ الحـكم عـلـى الرـغمـ من عدمـ صـحةـ بعضـ هـذه القرـاراتـ.

أو قد يـصـفـ أحدـ المـحرـرـين في تعـليـقـه عـلـى أحدـ المـبارـياتـ انـ المـخـشـونـةـ الزـائـدـةـ منـ جـانـبـ بـعـضـ الـلـاعـبـينـ عـلـى أنهـ لـعـبـ رـجـوليـ. كماـ انـ المـحرـرـ نـفـسـهـ يـسـتـطـعـ انـ يـعـيدـ صـيـاغـهـ هـذـا التـعـليـقـ حـيـثـ يـعـتـبـرـ خـشـونـةـ هـؤـلـاءـ الـلـاعـبـينـ عـنـفـ غـيـرـ مـقـبـولـ وـيـعـتـبـرـهـ أـيـضـاـ خـرـوجـ عـنـ الرـوـحـ الرـياـضـيـةـ.

إن دور حارس البوابة الإعلامي مؤثر في الجمهور من ناحيتين:

الأولى: من خلال ما يعرضه عليهم بناء على اعتبارات شخصيّة بحثة قد تكون تلك الاعتبارات الشخصية سياسة إعلامية مقصودة يراد من خلالها احداث

تغير ثقافي أو اجتماعي بالجمهور المستهدف وقد تكون تلك الاعتبارات وجهاً نظر املتها تنشئة هذا الحارس الاجتماعية والثقافية.

ومهما كانت تلك الاعتبارات فإنها قد لا يكون لها علاقة بصلحة الجمهور من قريب أو بعيد.

الثانية: يكون تأثير حارس البوابة الإعلامي في الجمهور من خلال ما يحتجبه عنهم.

فإذا سمح بمرور رسائل إعلامية معينة فإنه بالتأكيد قد منع عنهم أخرى قد يكونوا في حاجة إليها أكثر من التي عرضت عليهم وهناك مقوله إعلامية تقول: الأكثر أهمية ليس الذي تم عرضه على الجمهور بل ذلك الذي لم يتم عرضه (٧١ - ٢٤ : ٢٦).

ولذا فإن الفرد يجب عليه الا يعتمد في استقاء معلوماته واخباره على وسيلة إعلامية واحدة بل عليه ان يتبع ويطالع كل ما يصدر في الكثير من هذه الوسائل فالذى ينشر فى صحيفه ما قد لا تنشره صحيفه أخرى . ومن ناحية أخرى يجب ان يتحلى رجال الإعلام الرياضى بالأمانة أو الموضوعية فى تناولهم للأحداث والمواضيعات الرياضية التى تحدث فى المجال ووضع الأمور فى نصابها الصحيح بما يضمن تقديم خدمة إعلامية متميزة تحظى بشقة وتأيد الجمهور .

٧-نظريه الاستخدامات والاشباع:

هذه النظرية تنظر إلى العلاقة بين الإعلام الرياضى وجمهوره بشكل مختلف عن النظريات السابقة . ففى هذه النظرية الإعلام الرياضى هو الذى يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التى يتلقاها بل ان استخدام الجمهور لتلك الرسائل لأشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة فى مضمون الرسائل الإعلامية التى عرضها الإعلام الرياضى .

لذا ترى هذه النظرية ان الجمهور يستخدم المواد الإعلامية الرياضية لأشباع

رغبات معينة لديه . مثال ذلك الشخص الميال للعنف والمخاطر تستهويه مشاهدة احداث العنف التي يشاهدها في اللاعب الرياضية من خلال التليفزيون أو قراءة تفاصيلها من الصحف والمجلات فيسعى جاهدا لاستخدامها لأشباع هذا الميال .

وكذلك اللاعب العصبي سريع الاستشارة يجد ذاته وراحته النفسية في المشاهد التي يظهر فيها مثل هذا السلوك وهذا يشعره بأنه ليس وحده الذي يمارس هذا السلوك مما يدعم التوجه إليه أكثر وأكثر .

فنظريه الاستخدام والأشباع تنطلق من مفهوم شائع في علم الاتصال وهو مبدأ التعرض الاختياري وتفسيره ان الإنسان يعرض نفسه اختياريا لمصدر المعلومات (الإعلام الرياضي) الذي يلبى رغباته ويتفق وطريقته في التفكير .

ان مفهوم التعرض الاختياري الذي تقوم عليه هذه النظرية قد يصبح منطبقا في مجتمع يسمح بعرض كل شيء من العنف والجريمة الى الاباحية والشذوذ الجنسي باسم حرية الفكر والتعبير (٢٧ - ٧١) .

كما أن نظرية الاستخدام والأشباع يكون لها تأثير ايجابي في المجتمع الرياضي . طالما ان ما يقدمه الإعلام الرياضي في هذا المجتمع خالي من العنف والعدوان ويعمل على كبح الخيالات المريضة بمعنى عدم مسايرتها للسلوكيات المريضة أو المنحرفة .

الفصل الثالث

أدواء تغير الاعلام الوثائقي

- تغيير الموقف أو الاتجاه
- التغيير المعرفي
- الآثار الجماعية
- الاستشارة العاطفية
- الضبط الاجتماعي
- صياغة الواقع

الفصل الثالث

أنواع تأثير الإعلام الرياضي

هناك أنواع من التأثيرات يمكن أن يحدثها الإعلام الرياضي في الجمهور وذلك (٣٥ - ٣٠ - ٧١) كالتالي :

(١) تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي .

(٢) تغيير المعرفة الرياضية .

(٣) التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي .

(٤) الآثار الجماعية في المجال الرياضي .

(٥) الاستثارة العاطفية في المجال الرياضي .

(٦) الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي .

(٧) صياغة الواقع في المجال الرياضي .

١- تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي:

ويقصد بال موقف رؤية الإنسان لقضية أو شخص ما وشعوره تجاهه وعلى هذا الموقف يبني الإنسان على أساسه حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم والقضايا التي يتعرض لها .

هذا الموقف قد يتغير سلباً أو إيجابياً رفضاً أو قبولاً حباً أو كرهها وذلك بناء على المعلومات أو الحسوميات التي تقدم للإنسان .

والإعلام الرياضي لديه القدرة من خلال ما يبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة حيث يعتبرونها مضيعة للوقت من

خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الاشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية المعاصرة فيتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الاشخاص وتلك القضايا. فمثلاً حينما يدنا الإعلام الرياضي بعشرات الاحداث والمواقف عن أحد الفرق الرياضية والتي يظهرها اعضاء هذا الفريق من عنف داخل الملعب والذي قد يتمثل في الاعتراض على قرارات الحكام أو الاعتداء عليهم أو الاعتداء على لاعبي الفريق الآخر أو غير ذلك من مظاهر العنف.

تكون النتيجة ان القارئ قد يغير موقفه من هذا الفريق ويصبح هذا الفريق له سمعه غير طيبة ويقترن اسمه بكل احداث العنف أو الشغب داخل الملاعب. ومن الأمثلة الأخرى على تغيير الموقف الانتقال من حال العداء الى حال الموده أو العكس بين جماهير بعض الاندية حيث يقوم الإعلام الرياضي لتلك الاندية والممثلة في جريدة كل نادى بدور كبير في تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور النادى الآخر مستغلة فى ذلك على سبيل المثال انتقال احد لاعبي الفريق من هذا النادى إلى النادى الآخر .

ومثال ذلك ماحدث عندما انتقل اللاعب رضا عبدالعال من نادى الزمالك إلى النادى الأهلى فى موسم ١٩٩٤ / ٩٣ حيث استطاعت جريدة نادى الزمالك ان تغير موقف جمهور نادى الزمالك تجاه هذا اللاعب فتحولت من تشجيعها وهتافها المستمر له إلى الهاتف ضده بل وصل إلى حد القذف والسب لهذا اللاعب.

كما أن تغيير المواقف والاتجاهات لا يقتصر على الأفراد والقضايا الرياضية فقط بل يشمل بعض القيم وانماط السلوك الرياضية فكثيراً ما قبل الناس سلوكاً كانوا يأنفونه ويشمئذون منه وكثيراً ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة واستبدلوا بها قيمًا دخيلة كانت موضع استهجان فيما سبق.

ومن خلال العرض السابق يتبيّن لنا ضرورة الالستقى الفرد معلوماته من مصدر واحد حتى لا يرى الأمور من خلال وجهة نظر واحدة والتي قد تكون ناقصة أو منحازة لطرف على حساب الآخر .

٢- تغيير المعرفة الرياضية:

المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل القيم والمعتقدات والمواقوف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي فهي بذلك أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه.

ان التغير في المواقف طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر أما التغير المعرفى فهو بعيد الجذور يمر بعملية تحول بطئه تستغرق زمنا طويلا فيؤثر الإعلام الرياضى فى تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى له باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقصة رياضية أو موضوع رياضي أو لمجموعة من القضايا والمواضيع الرياضية لدى الأفراد واحلال اصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها.

إن تأثير الإعلام الرياضى فى طريقة تفكيرنا واسلوب تقييمنا للأشياء من خلال مانتلاقاه منه من معلومات رياضية يؤدى إلى تحول فى قناعاتنا ومعتقداتنا الرياضية فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التى اكتسبناها أى ان عقيدتنا فى شيء هى نتاج ما علمناه عن ذلك الشيء.

فالإعلام الرياضى بما يملكه من امكانيات يستطيع ان يحدث تغيير فى المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع ان يوظف بعض المتغيرات كشخصية الانسان وخبرته فى بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيله الثقافى ونفوذه قوى الضغط الاجتماعى المضادة فى المجتمع ويوجهها على ايقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه الذى يريده سواء ضد ما هو قائم ومناهض له أو مع ما هو قائم وداعم له (٣٢ - ٣٣).

٣- التنشئة الاجتماعية فى المجال الرياضى:

هناك مؤسسات معينة فى كل مجتمع قد تقوم بتنشئة الافراد وتنقيفهم رياضيا وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعيا ورياضيا اضافة الى تلقينهم المعرف والعقائد الرياضية التى تشكل بيئتهم الثقافية والحضارية نحو الرياضة ومن هذه المؤسسات

المنزل والمدرسة والمراكم الدينية هذا بالإضافة إلى المؤسسات الرياضية كالأندية ومراكم الشباب والساحات الشعبية وغيرها.

ثم جاء عصر الإعلام الرياضي الذي لم يعد مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة بل أصبحت عامل هام ومؤثر في هذه العملية لقد دخل الإعلام الرياضي كل بيت وخاطب النشء والشباب والكبار واقتصر كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة مرورا بالثقافة الرياضية إلى الترويج الرياضي.

لقد تضاعف دور مصادر المعلومات وفرق التلقى الأخرى أمام طوفان الرسائل الإعلامية للإعلام الرياضي التي استخدمت أعظم ما توصل إليه العقل البشري من تكنولوجيا في مجال الاتصال استهدفت باسلوب جذاب العقول والوجدان في المقابل استسلم الإنسان وسلم اطفاله لهذا المربى الذي صار يقوم بدور الأب والأم في بعض الأحيان.

كثير من الناس يتعامل مع الإعلام الرياضي على أنها مجرد اداة ترفيه أو مصدر للأخبار الرياضية ليس أكثر. إن هذه النظرة تعد نظرة ضيقة اذ ليس هناك ترفيه برىء ولا أخبار محايدة إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأ في الإعلام الرياضي لا يخرج عن إزالة قيمة من القيم السلبية في المجال الرياضي وتبيح أخرى محلها ايجابية أو ترسّيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي.

ويمكن تطبيق ذلك على المثال التالي :

إن مشاهدة الفرد مثلاً لتمثيلية تليفزيونية ساخرة تعرض مواقف مضحكة لشخص متغصب في تشجيعه لفريق ما والفرد المشاهد قد يفرط في الضحك لأن ما يراه فعلاً يثير الضحك لطرفه.

القيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراها ذلك الشخص وهو يتفرج على ما يعتقد أنه تسليه أو ترويج يرى تلك القيمة هي التي تسلل إلى اللاشعور لتشكل موقفاً أو اتجاهها من التغصب.

ان الفرد سيكون اقل تجاوبا مع الرسالة الإعلامية التي تقول له بشكل مباشر كمقالة في صحيفة مثلا: ان التعصب اسلوب غير حضاري وامر مزعج ومثير للسخرية .
في حين أنه قبل هذا الرأي حينما تم عرضه عليه من خلال تلك التمثيلية .

فانه من الضروري التنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة بصفة عامة والإعلام الرياضي خاصة في معالجة القضايا العامة التي تشغله الرأى العام وتغرس الأمان القومي ووحدة الشعب حتى لا يحدث تناقض بين ما يقدم في هذه الأجهزة وما يراه الفرد في البيت وبين ما يتعلمه في المدرسة أو النادي أو مركز الشباب وبين ما يسمعه في المسجد فيحدث نوع من البلبلة والتشتت في فكر وسلوك هذا الفرد قد يصل به إلى حد الاغتراب وفقدان الهوية والانتماء وبالتالي جلوه إلى وسائل العنف والإرهاب واستغلاله للحسود الجماهيرية التي تتوارد لمشاهدة المنافسات الرياضية لاثارة العنف والقيام باعمال الشغب .

٤- الآثار الجماعية:

من خصائص الإعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور وهذا يمثل وجه من الوجوه الايجابية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي له يتمثل في اساءة استخدام ذلك .

ففي البطولات الرياضية الدولية يقوم الإعلام الرياضي بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية حيث تعمل على استنهاض الحس الوطني أو الشعور القومي للجماهير لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من أجل تحقيق الفوز هذا ما يسمى بالاثارة الجماعية .

وعملية الآثار الجماعية التي يقوم بها الإعلام الرياضي يمكن ان تحدث في اي وقت لكنها انجح ما تكون في وقت الازمات كالسخط الجماهيري الذي يحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق وخاصة الفرق القومية وخروجها من احدى البطولات الدولية كالتصفيات النهائية لكأس العالم لكرة القدم الذي كان يعد بمثابة الحلم لهذه الجماهير نتيجة للتقصير الواضح في اداء اللاعبين والخطاء

الفادحة في التشكيل في وقت هم كانوا فيه أقرب للفوز من الفرق الأخرى . وخاصة وإن كانت هذه البطولة مقامة على أرضه ووسط جمهوره .

إن حسن التصرف في أوقات الأزمة والقدرة على التعامل مع معطيات وظروف تلك الأزمة يسمى فن إدارة الأزمات يدخل في هذا الفن توظيف الإعلام الرياضي للتأثير في الجماهير ودفعها في الاتجاه الذي يراد للأزمة أن تسير فيه أي أثارة الجماهير وتحريكها لتتكيف مع ظروف هذه الأزمة .

وحتى يمكن تجنب مثل هذه الأزمات لابد أن يتميز الإعلام الرياضي بالموضوعية في تقديمه للمادة الإعلامية وإن يضع الأمور في نصابها الصحيح بعدم المغالاة والبالغة فيها وإن يعمل على تهيئة الجماهير لمثل هذه الأزمات على أساس أن الرياضة فوز وهزيمة وحتى يكون هناك غالب لابد وإن يكون هناك مغلوب فالرياضة مجال للتنافس الشريف تحث على الكفاح ويدل الجهد أما النتيجة فيكون للتفوق دور كبير فيها وهذا هو الهدف الأساسي للرياضة .

٥- الاستشارة العاطفية:

الإنسان في موقفه من المثيرات الحسية أو المبهات الذهنية التي تواجهه يتنازعه امران: المشاعر والعواطف أو المنطق والعقل ونستطيع أن نتحدث عن عقل ومنطق واحد لكن هناك عدة مشاعر وعدد من العواطف هناك الحب والكراهية - الحزن والسعادة - الرضا والغضب - وغيرها من المشاعر .

العقل هو عدم الاستجابة التلقائية لما يعترض الإنسان من مثيرات حيث يخضع السلوك الإنساني استجابة لمثير ما إلى حسابات دقيقة يقدر فيها الربح والخسارة . والعواطف كامنة داخل الفرد يتم استثارتها حينما يفقد العقل أو المنطق دوره في السيطرة عليها وكثيراً ما يحدث ذلك . والانسان مهما بلغ من جهد لا يستطيع دائماً السيطرة على عواطفه من خلال تحكيم عقله ، فلو استطاع ضبط مشاعر الغضب فإنه لا يستطيع ان يتحكم في مشاعر الحزن أو الكراهة أو الحب على سبيل المثال .

و والإعلام الرياضى يتمتع بقدرة فائقة فى التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من امكانات تخاطب الفكر والوجدان فمثلا يستطيع الإعلام الرياضى أن يجعلنا نتعاطف مع الضحية بل ونبكي معها حينما تعرض لنا مشاهد المعاناة والالم التى تعرضت لها كاعتداء الجمهور على حكم أحدى المباريات مما أودى بحياته أو كالتي حدثت فى كولومبيا عندما قام أحد أفراد الجمهورية باطلاق النار على أحد اللاعبين لاهداره ضربة جزاء كانت سببا فى خروج فريقه من كأس العالم ١٩٩٤*.

وفي احيان اخرى نشعر بالحزن والاسى حينما نقرأ فى احدى الصحف عن لاعب اصيب اصابة خطيرة تمنعه من اللعب مدى الحياة فالإعلام الرياضى بما يقدمه لنا من معلومات يجعلنا نحب أو نكره نشجب أو نتضامن ندين أو نؤيد .

فمثلا قد يقدم لنا الإعلام الرياضى مبررات لهزيمة فريقنا القومى وخروجه من بطولة الأمم الأفريقية نتيجة لظلم الحكم على الرغم من ان هذه المبررات قد لا تقوم على سند صحيح .

كما أنها فى الوقت نفسه وبناء على تلك المعلومات والمبررات الخاطئة قد تكره حكام هذه المباراة ولانحزن للذى الذى قد يتعرضوا له من الجماهير وتجاهله لادانة أو شجب هذا السلوك غير الرياضى من جانب هذه الجماهير بحججة انهم السبب فى هزيمة الفريق وخروجه من البطولة .

٦- الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي:

تمثل عملية الضبط الاجتماعي إلى جانب المؤسسات الأمنية والاجتماعية عنصرا مهما في المحافظة على النظام والاستقرار داخل الملاعب الرياضية مما يتيح الفرصة لللاعبين للتنافس الشريف واظهار قدراتهم وابداعاتهم الرياضية .

ويقصد بالضبط الاجتماعي في المجال الرياضي هي السلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسابها سواء كان لاعبا أو مشاهدا أو مدريا أو غير ذلك اثناء اجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم من قواعد وقوانين

* الأهرام ١٥/٧/١٩٩٤ .

منظمة للعبة بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك في ظل عدم رؤية الحكم له بالنسبة للاعب أو المدرب أو في ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور.
فاحيانا يحدث في مباريات كرة القدم أن يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس من خلف ظهر الحكم.

فالإعلام الرياضي بما يملكه من امكانيات وقدرات كبيرة يمكنه من التأثير الإيجابي والفعال في الجمهور واللاعبين فيتحقق لنا الضبط الاجتماعي المنشود في المجال الرياضي بما يتبع الفرصة للاعبين للتنافس والإبداع والجمهور بالمشاهدة والاستمتاع.

وللضبط الاجتماعي في المجال الرياضي ثلاثة أنواع هي:

- (١) عرف المجتمع الرياضي وتقاليده.
- (٢) الضبط الاجتماعي الداخلي وهو مرتبط بالقيم الرياضية للشخص وقناعاته بها.
- (٣) الضبط الاجتماعي الخارجي وهو متعلق بقبول الآخرين وموافقتهم (١٦٠ - ١١٦).

الأول: يتحقق من خلال مراعاة القيم والتقاليد والاعراف الرياضية التي قبلها المجتمع الرياضي على مر تاريخه فمثلا قيمة ضبط النفس اذا تعرض اللاعب لخشونة زائدة من اللاعب المنافس التي نقلتها المجتمعات الرياضية الإسلامية من تعاليم الإسلام كحديث الرسول صلى الله عليه وسلم:
«ليس القوى بالصرعة لكن القوى من يملك نفسه وقت الغضب»*.

هذه القيمة تأخذ جزءاً رفيعاً في منظومة القيم الرياضية في تلك المجتمعات ويندر ان نجد شخصاً مهماً ضعف دينه أن يتتجاهل هذه القيمة ولا يقيم لها اعتباراً.

الثاني: يتحقق على ضوء المعايير والقيم الرياضية التي يلزم الفرد بها نفسه فمثلاً: قد يتبنى لاعبي احدى الفرق الرياضية في كرة القدم طريقة أو اسلوب للتعامل مع الفرق الأخرى كاخرج الكرة خارج خط التماس وهو مستحوذ عليها لاعطاء الفرصة لعلاج لاعب أصيب من الفريق الآخر المنافس فيعرفون بها حتى

* رواه الترمذى عن أبي هريرة رضى الله عنه.

تصير نوعا من الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي الذي يمارسه اللاعب على نفسه مهما اختلفت الظروف والمواقف بمعنى أنه يمكن أن يمارسه وهو في حالة الفوز أو الهزيمة .

الثالث: يتحقق من خلال التزام الإنسان بالتصرف بالطريقة نفسها التي يتصرف بها الآخرون حيث لا يستطيع الفرد أن يخالف هذه الطريقة والا اعتبر خارجا عن التقاليد والأعراف الرياضية .

والإعلام الرياضي بما يملكه من امكانات أصبح من أهم أدوات عملية الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي أولا : لكونه ذو طبيعة جماهيرية وثانيا : لاعتماد الناس عليه كمصدر قد يكون هو الوحيدة للكثير من المعلومات الرياضية لقطاع كبير من الجمهور . جعله قادر على ان يجمع الناس إن لم يحدد لهم ما يصح وما لا يصح القيام به من سلوكيات رياضية و الخاصة فيما يتعلق بالقيم والمعتقدات الرياضية .

ان ترويج الإعلام الرياضي لراء أو أفكار رياضية معينة والتعميم على ما يخالفها يجعلها تخلق ما يشبه العرف الرياضي الذي يتفق الجمهور على قبوله بل ويحذر الناس من مخالفته ما عمل الإعلام الرياضي على ان يجعله اجماعا .

فمثلا كرة القدم النسائية واهتمام الإعلام الرياضي بها وابرازها والقاء الضوء عليها واحتلالها لمساحات كبيرة سواء في الصحافة أو الإذاعة للإعلان عنها والدعائية لها وذلك من أجل تشكيل رأى عام واجماع يقبل ممارسة الفتاة لكرة القدم .

٧- صياغة الواقع:

حيث يقوم الإعلام الرياضي بصياغة الواقع الرياضي ويقدمه للجمهور كما هو ويقصد بالواقع هو : ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الإعلام الرياضي حول الأحداث والقضايا والمواضيع الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدو وكأنه واقعى وطبيعى وعبر عن الحقيقة . وهذا ما يجب أن يكون عليه

الإعلام الرياضى ولكن فى احيان اخرى قد يتتجاهل الإعلام الرياضى صياغة هذا الواقع فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة فى مجتمع ما لكن الإعلام الرياضى من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة يعطى انطباعا مختلفا عن الواقع الحقيقى السائد فى هذا المجتمع ومثل هذا النوع من السياسة الإعلامية للإعلام الرياضى تكون عواقبه وخيمة ومثال ذلك ..

عندما يصوغ لنا الإعلام الرياضى واقع الفريق القومى وكيف انه فريق لا يقهر وتسخر امكانياته فى ابراز قدرات هذا الفريق الفنية والبدنية والخططية ولكن فى أول احتكاك رسمى له فى بطولة ما انهزم الفريق هزيمة تقيله وكان اداء لاعبيه سيئا، وبذلك اكتشفت الجماهير ان ما قيل عن واقع هذا الفريق لم يكن الا واقعا غير صحيح صاغه الإعلام الرياضى وبالتالي يفقد مصداقيته لدى هذه الجماهير وينصرف عن متابعة ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية بل وقد يفقد اهتمامه بالرياضة عموما وبشكل نهائى .

وبالتالى يكون الإعلام الرياضى قد أضر بالرياضة وخرج بها عن نطاق تحقيق رسالته فلذا يجب على القائمين على الإعلام الرياضى ان يقوموا بصياغة الواقع كما هو دون مزايدة أو نقصان حتى لا يصيب الجمهور بالتمزق ويفقد الثقة فى المجتمع الرياضى بصفة خاصة ومجتمعه الاصلى بصفة عامة .

الفصل الرابع

شروط تأثير الإعلام الريادي

- شروط لها علاقة بالمصدر (نوع الوسيلة الإعلامية) .
- شروط لها علاقة بالبيئة (المحيط الاجتماعي)
- شروط لها علاقة بالرسالة الإعلامية
- شروط لها علاقة بالجمهور

الفصل الرابع

شروط تأثير الإعلام الرياضي

حتى يمكن للإعلام الرياضي أن يحدث التأثير الذي سبق الاشارة إليه وفقا لنظرياته وأنواعه يتوقف ذلك على مدى توافر بعض العوامل والشروط تلك العوامل هي التي يمكن في ظلها أن يؤثر الإعلام الرياضي في الجمهور.

وكما سبق الإشارة أيضاً أن الإنسان ليس حاله سلبية يتاثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها إنما تأثيره تتدخل فيه متغيرات كثيرة بعضها نفسي له علاقة بشخصية الإنسان وببعضها اجتماعي له علاقة ببيئته الاجتماعية وببعضها رياضي يتعلق بالفترة الزمنية التي قضتها الإنسان في الملاعب الرياضية سواء كان مارساً للرياضة أو مشاهداً لها وما صاحب ذلك من خبرات متنوعة.

هذه المتغيرات هي الشروط التي يجب توافرها لحدوث التأثير هذه الشروط أو العوامل تنقسم إلى عدة أنواع (٤١ - ٧١) وهي كالتالي:

- (١) شروط لها علاقة بالمصدر أي نوع الوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها الفرد في المجال الرياضي (المرسل).
- (٢) شروط لها علاقة بالبيئة المحيطة التي تبث فيها الرسالة الإعلامية.
- (٣) شروط لها علاقة بضمون الرسالة الإعلامية الرياضية.
- (٤) شروط لها علاقة بالجمهور (المستقبل).

أ- الشروط التي لها علاقة بمصدر الرسالة الإعلامية الرياضية:

١- خبرة المصدر: حيث تضفي الخبرة التي يتمتع بها مصدر الرسالة الإعلامية الرياضية قدرة تأثيرية على رسالته والخبرة يقصد بها مدى معرفة صاحب الرسالة

(المُرسَل) بالموضع الذي يتحدث عنه فكلما كان الشخص (المُرسَل) ملما بموضع الرسالة الإعلامية التي يوجهها كلما كان تأثيره أو تأثير المتلقى عنه (المُستقبل) أكبر والعكس صحيح.

فمثلاً حينما يتحدث استاذ بكلية التربية الرياضية عن تشكيل حمل التدريب مثلاً تكون قدرته اشد في التأثير على الجمهور عما لو كان المتحدث طالباً في ذات الكلية وقد ينعدم حينما يكون المصدر (المتحدث) لا علاقة له بالتدريب الرياضي.

٢- المصداقية: حيث تزداد قوة تأثير المصدر كلما استحوذ هذا المصدر على ثقة الجمهور بمصداقيته معه ويقل هذا التأثير تبعاً لضعف هذه الثقة أو المصداقية إلى أن قد تتلاشى تماماً.

٣- وسيلة الإعلام الرياضية: حيث تتفاوت وسائل الإعلام الرياضية في درجة تأثيرها على الجمهور بفعل عوامل كثيرة طبقاً لقدرات وأمكانيات كل وسيلة منها فالإذاعة غير الصحافة غير التليفزيون.

٤- احتكار وسيلة الإعلام الرياضية: حيث يؤدى احتكار وسيلة الإعلام الرياضية إلى احادية في مصدر التلقى. هذه الاحادية تؤثر في الفرد من حيث إنها تلقى التوع في الآراء والأفكار ووجهات النظر الرياضية الذي على أساسه يستطيع الفرد أن يشكل تصوراً محايداً من خلال الاختيار بين عدة بدائل.

إن الذي يحدث في حالة احتكار وسائل الإعلام الرياضية من قبل بعض الأفراد أو الهيئات أو المؤسسات الرياضية كالأندية مثلاً هو تعرض الإنسان لنفس الرسالة الإعلامية الرياضية بطرق واشكال مختلفة كما يراها هؤلاء الأفراد أو تلك المؤسسات فإنها ستعبر عن نفس التطور سواء نشرت في الصحف أو بثت في الإذاعة أو حتى عرضت في التليفزيون.

ب - الشروط التي لها علاقة بالبيئة المحيطة (المحيط الاجتماعي)

إن البيئة التي يعيش فيها الإنسان تمثل عاملًا مساعدًا للإعلام الرياضي لكن يحدث التأثير المتوقع فيه وذلك عن طريق:

١- قادة الرأى واصحاب المكانة الاجتماعية في المجال الرياضى:

حيث ان معظم الناس فى محيطهم الاجتماعى يقيمون اعتبارا لرأى بعض الأفراد الذين يتمتعون بمكانة خاصة في المجتمع الرياضي هذه المكانة قد تكون بسبب تفوقهم الرياضى أو العلمى في المجال الرياضى أو شهرتهم كلاعبى كرة القدم .

وإذا حدث ان هؤلاء الأفراد وبعضهم استحسنوا شيئاً ما يعرض أو ينشر في الإعلام الرياضى فإنه من المتوقع ان يجد رأيهم هذا قبولا لدى الآخرين .

وهذا يعلل قيام الشركات بالاستعانة بلاعبى الكرة المشهورين في الدعاية والإعلان عن منتجاتهم .

٢- الحالة التي عليها المجتمع:

حيث تؤثر حالة المجتمع الرياضية في قدرة الإعلام الرياضي على التأثير في الجمهور لأن مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية لكي يؤثر لابد وأن يعكس واقع المجتمع بشكل أو باخر .

فهناك مثلاً رياضات لها شعبية كبيرة في مجتمعات معينة لا يكون لها نفس الشعبية أو الاهتمام بها في مجتمعات أخرى .

فمثلاً كرة القدم في الولايات المتحدة الأمريكية لا تجذب نفس الاهتمام والشعبية مثل رياضة البيسبول ومصارعة الثيران في إسبانيا تستحوذ على اهتمام غالبية الشعب الإسباني .

لذا فالرسالة الإعلامية الرياضية التي تتحدث عن رياضة البيسبول في أمريكا ومصارعة الثيران في إسبانيا تجد صداقها لدى جمهور كلاً من هاتين الدولتين وذلك بالمقارنة بجماهير البلاد الأخرى التي قد لا تجذب هذه الرسالة أى صدى يذكر لها .

فالرسالة الإعلامية هي انعكاس لواقع هذه الجماهير وتعبر عن اهتماماتهم .

ج- الشروط التي لها علاقة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية:

يتأثر الجمهور بنسب متفاوتة بمضمون الرسالة الإعلامية الرياضية إذا ما توافرت فيها العوامل الآتية (٥٣ - ٧١) :

(١) أن يكون مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية يتعلّق بقضية رياضية تشغّل الرأي العام الرياضي.

(٢) تكرار عرض الرسالة الإعلامية الرياضية.

(٣) طريقة عرض رسالة الإعلامية المباضة.

(٤) طريقة صياغة رسالة الاعلامية المياضية.

١- أن يكون مضمون الرسالة الإعلامية الرياضية يتعلّق بقضية رياضية تشغل الرأي العام الرياضي:

فالقضايا الرياضية التي يعيشها الجمهور في حياتهم العامة والخاصة هي التي تشد انتباهم ويتفاعلون معها فإذا ما تبني الإعلام الرياضي قضية من هذه القضايا الرياضية المعاصرة والتي تم نبع الشارع الرياضي فإنها ستستحوذ على اهتمامهم وسيتابعون تفاصيلها وسيتأثرون بالمعلومات التي تقدم لهم حول هذه القضية خصوصاً إذا كان الإعلام الرياضي هو المصدر الوحيد والأساسي لهذه المعلومات. أما إذا كان مضمون هذه الرسالة بعيداً عن اهتمامات الجمهور فإنه في هذه الحالة سينصرف عن متابعة ما يقدمه الإعلام الرياضي.

وحتى يمكن لرسالة الإعلام الرياضية أن تتحقق التأثير الإيجابي في نفوس الجماهير يجب أن يقوم الإعلام الرياضي بتناول ومعالجة القضايا والمشكلات الرياضية في حينها وذلك أثناء استحوادها على اهتمامات الجماهير ولا يتضرر حتى تخرج من دائرة اهتمام الجماهير بها وبالتالي لا تتحقق أدنى تأثير على هذه الجماهير.

٢- تكرار عرض الرسالة الإعلامية الرياضية:

ينتظر الإنسان بالرسالة الإعلامية من خلال أربع مراحل مسلسلة وهي كالتالي :

أ- التعرف . ج- الحفظ .

ب - التفسير . د - الاسترجاع .

فالفرد الذى يتعرض لمعلومة يسعى الى التعرف عليها ثم تفسيرها من خلال

مقارنتها بما لديه من خبرات سابقة ثم يحفظها في ذاكرته وبالتالي يمكن استرجاعها حينما يحتاج إليها.

إن تكرار تعرض الإنسان للرسالة الإعلامية (المعلومات) مرات عديدة تجعله يتبعها وإليها وبعد مرورها بالمراحل السابق الاشارة إليها يكتسبها كمعلومة ومن ثم يمكنه التأثر بها.

وبالتالي يمكن للإعلام الرياضي استثمار هذه الخاصية في التأكيد على السلوكيات الإيجابية في الملاعب الرياضية من خلال تكراره عرض المباريات التي يتحلى فيها اللاعبين بالروح الرياضية كالالتزام بقرارات الحكم وتغيم اللاعبين باللعب النظيف والالتزام الجماعي بالتشجيع المثالى وغيرها من السلوكيات الطيبة أو الحميدة سواء كانت هذه المباريات محلية أو دولية هذا من شأنه يعمل كل اكتساب اللاعبين والجمهور لكثير من هذه السلوكيات الطيبة والتي تتماشى مع الهدف من الرياضة.

٣- طريقة عرض الرسالة الإعلامية الرياضية:

نتيجة للتطور الهائل للإعلام الرياضي ودخوله المجال التكنولوجي الحديث تضاعفت مرات عديدة التأثيرات التي تحدثها تلك الرسائل في الجمهور فلم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الإعلامية الرياضية مجردة وبشكل مباشر. فالرسالة الإعلامية أصبحت تأتي محفوفة بكثير من المؤثرات النفسية والسمعية والبصرية وأصبح الالزام (طريقة العرض) فناً قائماً بذاته له مجالاته العلمية والفنية والاكاديمية وله اقسام خاصة لدراسته بالمعاهد الفنية المختلفة مما اعطى الفرصة للعقل ولان تبدع فيه اعمالاً خلقة.

ففي الإعلام الرياضي الصحفى تم توظيف الصورة والالوان وحجم الخطوط والرسوم التوضيحية والخلفية المظللة ومكان النشر في الصحفة أو المجلة الرياضية وغيرها من عناصر الالزام لدعم عنصر التأثير في الرسالة الإعلامية الرياضية أما في البرامج التليفزيونية الرياضية فقد كان التقدم في استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتقدمة وتوظيفها في عرض الرسالة الإعلامية الرياضية مذهلاً. لقد خرجت

عدسة تصوير البرامج الرياضية التليفزيونية من الغفر (الاستوديوهات) إلى الفضاء الربح لتغطية الأحداث الرياضية في حينها والاختلاط بالجماهير في الشوارع وأماكن العمل لقياس نسب هذه الجماهير تجاه هذه الأحداث والقضايا الرياضية المثارة أو المعاصرة بل وتطير معهم عبر الفضاء لتغطية الأحداث الرياضية العالمية في حينها أيضاً فأصبح كل شيء حياً. كما قامت بتوظيف الألوان والمؤثرات الصوتية فكادت أن تجعل كل شيء حقيقة فأصوات الجماهير واللاعبين وتعابيرات الوجه وغيرها من المشاهد تتفاعل مع الرسالة الإعلامية الرياضية كما لو كان جزء منها يعيشها لحظة بلحظة كما ولو كانت تحدث في بيته.

لقد صار الواقع النفسي على الإنسان شديداً حيث لم تعد الرسالة الإعلامية تأتيه بريئة مباشرة بل تأتيه ضمن حشد ضخم من المؤثرات التي تستهدف عقله وسمعه وبصره وعواطفه فتحرك كوامن نفسه وكوامن غريزته وتجعل الواقع الصعب قريب المنال والمستحيل ممكناً.

٤- طريقة صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية:

تحتل صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية عاماً من العوامل التي تسهم في تأثير هذه الرسالة على الجمهور. فإذا كان العامل السابق طريقة العرض يتعامل مع الحس أى مع ما هو ظاهر ومسنون ببصره العين وتسمعه الأذن فإن عامل صياغة الرسالة يخاطب العقل والفكر والخيال.

فالصياغة أذن المقصود بها هو الطريقة التي تقدم من خلالها الفكرة التي تقوم عليها الرسالة نفسها. أو هي القالب الذي تصاغ فيه أفكار الرسالة من خلال الاستخدام الذكي لللغة والترتيب المنطقى للواقع والأحداث ويطلق عليه فى الصحافة الرياضية اسم الأسلوب وفي البرامج الرياضية الإذاعية والتليفزيونية اسم السيناريو.

فيجب أن تعرض الرسالة الإعلامية الرياضية بطريقة جذابة ومؤثرة ولو كانت الصياغة ردئية فإنه يضعف من فرصه تأثيرها على الجمهور ولو سقنا مثالاً على

الطريقة التي تؤثر فيها صياغة الرسالة الإعلامية الرياضية في الجمهور من خلال قصة فتاة حيث تهدف هذه الرسالة إلى الترويج لقيم معينة لها علاقة بفهم الرياضة النسائية وذلك في مجتمع يرفض ممارسة الرياضة للنساء ويعتبره امرا خارج عن التقاليد والاعراف الخاصة لهذا المجتمع فليس من السهل عرض رسالة اعلامية مباشرة تدعو المرأة إلى التمرد على القيم السائدة وتشجيعها صراحة على ممارسة الرياضة.

هنا تتدخل الصياغة فتقدم قصة فتاة سافرت في رحلة الى مجتمع يسمح للفتاة بممارسة الرياضة واستطاعت ان تتغلب على كثير من المواقف المحرجة والمحبطة بعد سلسلة من الاحداث والمعامرات المثيرة.. وحققت نجاحا كبيرا في الرياضة التي تمارسها فنالت بها اعجاب كل من قابلها وفوق كل ذلك اثبتت ان العزيمة تفهـر المستحيل ثم هي أيضا بكل تواضع تروى تجربتها لبيـات جنسها.

الرسالة الإعلامية بفكرةها هذه بعض منها الذي لم تصرح به فانها قد تؤدى الى نتائج عكسية لو قدمت مباشرة للقارئ أو المشاهد أو المستمع لكن من خلال تقديمها بهذا الایقاع المثير وبتلك الصياغة الذكية تحدث الاثر المطلوب .

الرسالة الإعلامية الرياضية من خلال هذا الأسلوب توهم الجمهور بأنها لا تدعوه لم فعل ما تفعله الفتاة صاحبة القصبة أنها فقط تقدم لهم قصة تلك الفتاة وعلى كل شخص يفهمها بالطريقة التي تناسبه وإن يفهم منها ما يناسبه هذه الفتاة اكتسبت احترام وتقدير كل من اطلع على قصتها بل أصبحت قدوة ومثل لكل فتاة من بنات جنسها حيث تمنت كل منهن أن تكون مكانها.ليس هناك سفر واستمتاع وتغلب على المواقف المحرجة ونيل اعجاب الآخرين وقهر المستحيل من خلال الإرادة والتحدي والعزيمة الصلبة لهذه الفتاة.

إنها باختصار مغامرة مثيرة لا يقف في وجهها إلا القيم والعادات والتقاليد
هذا هو الذي استقر في العقل الباطن أما المغامرة واللذة والمواقف الممتعة فإنها
تتشابه، بعد فترة وستلعلها ما يستجد من احداث يومية هو ما يطلق عليه الازاحة

العقلية والى تخرجها عن دائرة اهتمامات الفرد وبالتالي تتحقق الرسالة الإعلامية من خلال هذه الصياغة التأثير المرغوب فيه وبما يتوافق مع اهداف هذه الرسالة.

د الشروط التي لها علاقة بالجمهور (المستقبل):

ان الجمهور خليط متبادر من الافراد يختلف كل فرد فيه عن الآخر بالكيفية التي يستقبل فيها الرسالة الإعلامية الرياضية وهناك عوامل لها علاقة بالجمهور يجب توافرها حتى يتحقق التأثير المتوقع من الإعلام الرياضي وهذه العوامل هي:

- (١) نوع الجمهور.
- (٢) الموقع الاجتماعي للفرد.
- (٣) معتقدات الجمهور.
- (٤) ادراك المتلقى للرسالة الإعلامية (٧١، ٦١، ٦٢).

١- نوع الجمهور:

يختلف تأثير الرسالة الإعلامية الرياضية باختلاف المتلقى أو المستقبل لها الناشئين يتاثرون أكثر من الكبار والراهقين أكثر من الراشدين كما يختلف أيضا الرجال عن النساء بالكيفية التي يتلقون بها هذه الرسالة نظراً لوجود الكثير من التغيرات الفسيولوجية والنفسية التي تميز كل مرحلة عن الأخرى وكل جنس عن الآخر.

كما ان طول تجربة الفرد وسعتها تؤثر كثيراً في طريقة تعامله مع المعلومات الرياضية التي تقدمها له الرسالة الإعلامية الرياضية لذلك نجد أن الأطفال أو الناشئين هم أكثر الفئات تأثراً بوسائل الإعلام بسبب عدم نضج قدراتهم العضلية وقلة خبرتهم في الحياة بالقياس للإنسان البالغ.

ف النوع الجمهور متغير جوهري في عملية التأثير لأن الرسائل الإعلامية (المعلومات الرياضية) مختلفة مما يصلح لهم لا يصلح لغيرهم والرسائل التي تخاطب النساء لاتناسب الرجال ومخاطبة المتخصصين في المجال الرياضي تختلف عن مخاطبة الرجل العادي وهكذا.

وعلى هذا فهناك بعض الرسائل التي وجهت لم تحقق الهدف المنشود منها

حيث انها وجهت الى جمهور لم يفهمها كالرسالة التي توجه الى الرجال عن الاثار النفسية للدورة الشهرية على مستوى الاداء في كرة السلة . مثل هذه الرسالة يجد الرجال صعوبة في استيعاب او فهم ما تقدمه هذه الرسالة مقارنة بالمرأة .

وحتى يمكن للرسالة الإعلامية من تحقيق التأثير المطلوب على جمهور المخاطبين لابد من مراعاة الخصائص والسمات النفسية والمزاجية والفيسيولوجية لكل مرحلة سنية معينة ومتطلبات كل مرحلة منها وكذلك الخصائص التي تميز كل جنس عن الآخر وتقديمها للجمهور بشكل متوازن وليس حساب فئة على اخرى .

٢-الموقع الاجتماعي للفرد:

تؤثر المكانة الاجتماعية للفرد داخل مجتمعه على درجة تكيفه وتفاعلاته مع الرسالة الإعلامية التي يقدمها الإعلام الرياضي هذا التأثير يأتي من كون ان الإعلام الرياضي نفسه يعد مؤسسة اجتماعية لها دورها داخل هذا المجتمع حيث تقوم بتوزيع الأدوار الاجتماعية التي تعرضها على أفراد هذا المجتمع فيذيب الفرد نفسه داخل هذه السلسلة (الإعلام الرياضي) ويتمتص شخصياتها .

فمثلاً الرسالة الإعلامية الرياضية التي تتضمن الحديث عن لاعب كرة نشأ في بيئة فقيرة استطاع بعرقه وكفاحه ومواصلة التدريب ان يحتل مكانة بارزة داخل فريقه والمنتخب القومي لبلده حيث الاوضواء والشهرة هذه الرسالة تؤثر في ذلك الشاب الفقير الذي يتطلع الى دور أفضل في مجتمعه اكثر مما تؤثر بابن الاسرة الثرية ذات النفوذ .

إن الموضع الاجتماعي للفرد هنا كان عاملاً مهماً في تحقيق التأثير المتوقع من الرسالة الإعلامية الرياضية أو جزء منه إن عمليتا التقمص والمحاكاة هي جوهر عملية التأثير التي يقوم بها الإعلام الرياضي حينما يستهدف التأثير في منظومة القيم أو أسلوب الحياة السائد في الوسط الرياضي بغرض احلال مكانها .

ويلجمأ الإعلام الرياضي لهذا الأسلوب الضمني لانه في احياناً كثيرة قد

لا يجدى الاسلوب المباشر فى ايقاع التأثير المرغوب فيه لان الإنسان يقوم برفض ومقاومة كل ما يستهدف تغيير قناعاته وما اعتاد إليه.

ومن ثم لابد للإعلام الرياضى ان يحرص على تقديم النماذج الطيبة فى المجال الرياضى التى يقتدى بها الشباب المصرى والتى تحثه على بذلك الجهد والعرق والتسلح بالكافح من أجل الوصول الى مستوى البطولة فى الرياضة التى يتخصص فيها. وبالتالي تكون هذه النماذج محل تقليد لهؤلاء الشباب وبالتالي يمكن للرسالة الإعلامية تحقيق التأثير المرغوب فيه نحو هؤلاء الشباب.

٣- معتقدات الجمهور:

إن تفاعل الجمهور مع الرسالة الإعلامية الرياضية يتوقف على المعتقدات والقناعات الخاصة به فكلما كانت هذه الرسالة قريبة من معتقداته ومنسجمة مع ما يؤمن به كلما كان قبولها لديه ادعى وتأثيرها فيه اشد.

وبالمقابل تضعف قدرة تأثير الرسالة الإعلامية الرياضية على الجمهور عندما تتبادر أو تختلف مع ما يعتقد هذا الجمهور انه الصواب وهذا لايعنى ان هذا التأثير لا يحدث إلا اذا توفر هذا الشرط ولكنه يفيد في ان الرسالة الإعلامية الرياضية لابد ان تتوافق مع القاعدة النفسية التي تحث على عدم الاصطدام بالقناعات القائمة للجمهور.

فحينما يعالج الإعلام الرياضى سلوكا اجتماعيا يحدث في المجال الرياضي كالتعصب فإنها لاتتقد هذا السلوك بشكل صريح وبأسلوب خطابي مباشر.

فالإعلام الرياضي في سعيه لتغيير العقائد والمواقف والاتجاهات الرياضية وابدالها باخرى في المجتمعات المحافظة وغير المحافظة فانها في سبيل ذلك تلجأ إلى استخدام اساليب غير مباشرة تحرض فيها ان لاتعرض الرسائل الإعلامية الرياضية بشكل مباشر لقناعات الجمهور.

فمثلا الدعوة إلى ممارسة المرأة للرياضة في مجتمع يرفض ذلك النوع من الممارسة لكن من خلال تقديم نماذج ناجحة لنجاح المرأة في ممارسة الرياضة وتحقيقها

للكثير من المكاسب الدولية في المحافل الاولمبية كالبطلة المغربية نوال المتوكل أول فتاة عربية تحصل على ميدالية ذهبية في دورة أولمبية والبطلة السورية غادة شاعر التي استطاعت هذه البطلة السورية ان تحقق أول ميدالية ذهبية أولمبية في التاريخ الأولمبي لسوريا في دورة اطلانتا ١٩٩٦ في حين عجز الرجال تحقيق مثلها على مدار التاريخ الأولمبي لسوريا وحتى الآن.

فالإعلام الرياضي حينما يلجأ الى هذا الاسلوب فإنها قد تستطيع ان تغير الكثير من المعتقدات والقناعات الخاصة بجمهورها دون ان تصدم بها بل انها تبدو وكأنها تقف في صفة حينما تعطيه الخيار ليختار من بين عدد من البدائل دون ان تتدخل فتحدد له ما يصلح.

ولذا يجب على القائمين على الإعلام الرياضي تجنب تقديم الرسائل الإعلامية الأجنبية التي قد لا تتفق مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية السائدة في مجتمعنا المصري والتي قد تتعارض أيضاً مع الحياة الواقعية التي يعيشها الشباب والتي قد تؤدي إلى اصطدام هؤلاء الشباب بالواقع مما قد يصيّبهم بالتمزق وفقدان الهوية نتيجة لتمردهم على هذا المجتمع.

٤- إدراك الملتقي للرسالة:

يختلف الأفراد فيما بينهم في إدراك وفهم الأفكار والقضايا والمشكلات الرياضية والتي تقدم لهم من خلال الرسائل الإعلامية الرياضية وباعتبارها أحد المثيرات الذهنية التي يتعرض لها الإنسان فيستجيب لها ويتفاعل معها ويفهمها بطريقة تختلف عن الآخرين هذا التباين يحدث نتيجة لوجود الكثير من المتغيرات النفسية والفيسيولوجية والتي تميز كل مرحلة عن أخرى وكذلك التكوين الثقافي ووسائل التربية التي يمر بها الأفراد وبالتالي يختلف أيضاً حكمهم عليها اختلافاً واضحاً.

فقد يرى أحدهم في بعض ما يعرضه الإعلام الرياضي انحرافاً كبيراً عن السلوك الرياضي العام والقيم الرياضية السائدة بينما قد يراه آخر أنه مجرد خطأ بسيط.

فمثلاً المشادة الكلامية التي قد تحدث بين بعض اللاعبين والتي تتضمنها رسالة إعلامية رياضية يمكن ان يعتبرها البعض انه مجرد حماس لعب في حين يعتبرها الاخرين انه سوء سلوك .

كما ان السمات النفسية والمزاجية التي يتحلى بها الفرد لها أيضا دور في حكمه على المواقف والقضايا الرياضية التي يشاهدها أو يسمعها في التلفزيون والإذاعة أو يقراء عنها في الصحف . فمشاهد الشغب والعنف التي قد تحدث في الملاعب الرياضية قد يراها شخص ذو الطبيعة المسالمة خطرا على ابنائه المراهقين وبالتالي تجده يحول بينهم وبين متابعة ذلك . اما ذلك الشخص الذي من طبيعة شخصيته حب مشاهدة المطارات والعنف والاقتتال فلا يرى فيها سوى لقطات ممتعة من الفن والاثارة .

وكذلك أيضا المصالح الشخصية تؤثر في إدراك الأفراد لما يعرضه الإعلام الرياضي فالناجر الذي يتربى من بيع السجائر تجده يعارض الفكرة القائلة بأن ظهور بعض المدربين في مباريات الكورة التي ينقلها الإعلام الرياضي وهم يدخنون يشجع المراهقين على التدخين .

لذا يجب على القائمين بعملية الاتصال في الإعلام الرياضي مراعاة الدقة في انتقاء ما يقدم للجمهور من رسائل إعلامية رياضية بما لا يتعارض مع القيم والتقاليد والأعراف الرياضية السائدة متبعا في ذلك الأسلوب العلمي وليس وفقا لرأء وامزجة واستحسان ومصالح البعض ولكن من خلال القيام بالدراسات العلمية في مجال الإعلام الرياضي باستخدام تحليل المضمون أو من خلال الدراسات الميدانية لاستطلاع آراء الجمهور حول ما يقدم لهم من رسائل إعلامية رياضية معينة تتفق وصالح هذا الجمهور وبالتالي يمكن للإعلام الرياضي من تحقيق رسالته في خدمة المجتمع الرياضي .

الفصل الخامس

مُؤَلِّفٌ تَأثِيرُ الْجَلَلِ الرِّيَاضِي

- التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي
- العنف في المجال الرياضي

الفصل الخامس

مجالات تأثير الإعلام الرياضي

هناك الكثير من المجالات التي يمكن للإعلام الرياضي أن يكون له دور كبير في التأثير عليها كالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي وكذلك العنف الذي يحدث في الملاعب الرياضية بل انه يمكن القول ان الإعلام الرياضي يمكنه التأثير في كل ماله علاقة بالسلوك الإنساني في المجال الرياضي .

وسوف يتم تناول مجالين من هذه المجالات هما :

التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي ، والعنف في الملاعب الرياضية وذلك للأثار العميقه التي قد يتركها كل منها على كثير من فئات المجتمع الرياضية وخاصة النشء والشباب .

أولاً: التنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي:

قبل التحدث عن دور الإعلام الرياضي في التنشئة الاجتماعية علينا ان نوضح أولاً مفهوم التنشئة الاجتماعية .

فإذا نظرنا إلى هذه العملية لنميز ابعادها ولتعرف على حدودها لوجدنا تعددًا في الآراء التي تفسرها وان كانت جميعاً تلتقي عند هذين الحدين وهما :

- (١) امتصاص وتمثل ما تراه الجماعة ضروريًا لاستمرارها وبقائها.
- (٢) ضمان التماسك والتوازن داخل الجماعة بتحقيق قدر مشترك من التشابه ييسر التعامل والتفاعل ويقلل من التناحر والتصدام أو يساعد على حله عندما ينشأ في داخلها (٣٨ - ٢٨).

كما توجد هناك الكثير من التعريفات للتنشئة الاجتماعية فيعرفها مكجويروها فيجيرست (١٩٧١) بأنها:

عملية تقديم طرق سلوك فردي اختيارية ومعها جزاءات ايجابية وسلبية تؤدي الى قبول البعض ونبذ البعض الآخر فهو توكيد لتأثير الجماعات رسمية وغير رسمية في شخصية الفرد (٣٤ - ٥).

ويرين جونسون (١٩٧٤) ان عملية التطبيع الاجتماعي هي عملية تعلم تمكّن المتعلّم من اداء ادوارا اجتماعية معينة (٣٨ - ١٩).

فالتنشئة الاجتماعية هي نقل للحاجات والمطالب الحضارية بأساليب معينة لتحقيق نتاج معين من الشخصية وهي عملية دينامية تتضمن التفاعل والتغيير. وأيضا هي عملية معقدة تستهدف مهام كبيرة وتتصل بأساليب ووسائل متعددة لتحقيق ما تهدف إليه وهي أيضا عملية نقل للقوى الحضارية الخارجية الموضوعية لتكون قوى فردية داخلية شخصية (٦٢ - ١٢٤).

ومن خلال التعريفات السابقة نستطيع ان نستخلص ان التنشئة الاجتماعية عملية مستمرة مدى الحياة مع اختلاف في الدرجة فتعلم افكار جديدة ومعايير جديدة واكتساب افعالات جديدة لا يتوقف مع فترة معينة أو مع نهاية فترة الدراسة المدرسية ولكن هذا التعلم يستمر مع الإنسان طوال حياته.

فلاشك ان هناك ادوار جديدة يكتسبها الإنسان ويترتب عليها أنواع جديدة من السلوك تتناسب وطبيعة العصر الذي يعيش فيه هذا الإنسان.

وهذا العصر ابرز صفة يمكن ان يوصف بها انه عصر الإعلام ومع التقدم العلمي والتكنولوجي الهائل تضاعفت فعالية واثر هذا الإعلام فمقدرة الإنسان على الاتصال بغيره تعد أهم ما يميز البشر عن غيرهم من المخلوقات الحية.

فالإنسان كان دائما في حاجة الى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة به وتحيطه علما بالمخاطر المحدقة به أو الفرص المتاحة له وسيلة تقوم بنشر القرارات التي تتخذها الجماعة على نطاق واسع تقوم بنقل حكمة الأجيال السابقة والطلائع

السائدة في المجتمع إلى الأجيال الناشئة ووسيلة ترفة عن الناس وتنسيهم المعاناة والصعوبات التي يواجهونها في حياتهم اليومية.

والإعلام بما يملكه من امكانيات تكنولوجية متقدمة يمكنه القيام بهذا الدور على أكمل وجه. فوسائل الإعلام تستطيع الان ان تصل الى كل سكان العالم جمیعاً بل وتأثر في اراء وتصرفات الأفراد واسلوب حياتهم.

فإذا كان الإنسان قد مارس منذ القدم الإعلام بصورة عفوية حيث كان لسانه وسائله الإعلامية الأولى. فالاليوم غداً الإعلام قوة لها شأنها في الصراعات الفكرية والسياسية والاقتصادية وسلاحاً فعالاً في الحروب النفسية وبخاصة إذا كان وراءه خبراء وأخصائيون بارعون في استخدام وسائله المقرؤة والمسروعة والمسموعة والمرئية (٣٧ - ٥٦).

ويقصد بالإعلام هنا: تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي (٩٦ - ٣ - ٤).

فالإعلام هو فن نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من شخص إلى آخر وذلك عن طريق الصورة أو الصوت أو الذوق أو الشم وغير ذلك من حواس الإنسان.

والإعلام الرياضي بكافة وسائله هو أفضل وسائل الاتصال بالجمهور فهو علم يخاطب عقولهم وحقائق تحرك فيهم اسمى معانى الإنسانية ولذلك فإن تأثيره يكون أقوى وأعمق اذا عرفنا كيف نستخدم اسلوبه بطريقة فعالة وقدرة.

والإعلام الرياضي يعمل على ايجاد رأى عام يوجه بطريق أو باخر نحو التمسك بآراء واتجاهات اجتماعية معينة والتخلى عن آراء واتجاهات اجتماعية اخرى.

فهو يقوم بدور ثانى فمن ناحية يتضمن عملية الضبط الاجتماعي ومن ناحية اخرى فإنه يوفر الجو المناسب لاحداث التغير الاجتماعي السلس المنسجم أى أنه يسعى دائماً الى التبشير بالقيم الرياضية التي تسود المجتمع ومعتقداته.

كما أنه يساعد على إحداث التغير الثقافي وفي تكوين الثقافات حين ينشر ويشرح ويفسر ويعلق على الأفكار والآراء (٤٥٢ - ٨٦).

لهذا نرى الإعلام الرياضي يمتد ليصل إلى كل زاوية من زوايا حياة المجتمع وأفراده لتشكل مصدراً رئيسياً في ملء وقت الفراغ والتسلية بالإضافة إلى قدرته على تقديم المعلومات الرياضية بشكل واسع كما يقدم تفسير لكثير من الظواهر الرياضية في المجتمع الرياضي والتي تساهم في تكوين واقع رياضي جديد (٣٦ - ١٨٩).

كما أن الإعلام الرياضي لا يعمل في فراغ ولا يتتطور في فراغ فهو جزء من حركة المجتمع ككل تتعكس فيه طبيعته كما يؤثر ويتأثر بالنظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية الموجودة داخل المجتمع.

وللإعلام الرياضي تأثيرات هامة على الأفراد والمؤسسات الرياضية تجعل منه قوة اجتماعية حقيقة (٤٧ - ١٣).

ويتفق الكثير من الباحثين على أن الأثر الأكبر للإعلام الرياضي هو تعديل المواقف أكثر من تفسيرها ومن ناحية أخرى فإن الإعلام الرياضي يعمل على تعزيز و إعادة تثبيت القيم والمفاهيم والأنماط السلوكية الرياضية.

كما أن للإعلام الرياضي وظيفة تعليمية بالإضافة إلى مهمة غرس أفكار وقيم وأنماط معينة من السلوك الرياضي السوى لدى الجمهور هذه الوظيفة هي نقل التراث الرياضي والثقافي من جيل إلى جيل الذي يليه بما يتضمنه من انتقال المعرفة الرياضية والقيم الرياضية.

ويساهم أيضاً في توسيع آفاق هذا الجيل وتحسين مدى ادراكهم للمحيط الذي يعيشون فيه (٣٧ - ٥٩، ٦٠).

لذا نال الإعلام الرياضي اهتماماً بالغاً من الباحثين والدارسين في المجال الإعلامي عامه والإعلام الرياضي خاصة وذلك نتيجة للانتشار الكبير له وكذلك نتيجة للتتوسع في استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية المعاصرة وبالتالي ازداد حجم الدور الذي يمكن أن يلعبه في المجتمع الرياضي.

فمثلا العلاقة بين الناشئين (الأطفال) والإعلام الرياضى كانت ولا تزال محور الكثير من الدراسات التى ظهرت حول الآثار التى تحدث لهم من جراء تعرضهم لاجهزة الإعلام.

وتعتبر نظرية التعلم الاجتماعى لعالم النفس الأمريكى البرت باندورا (Bandura) من أفضل هذه الدراسات فى تفسير تلك العلاقة. وفكرة النظرية تقوم على اساس ان الانسان يتعلم من خلال المشاهدة واللإحاظة أكثر مما يتعلم من خلال الاسلوب القديم المحاولة والخطأ نظرا لان الانسان لا يستطيع ان يجرب كل شيء حتى يتثنى له تعلمه.

لقد اراد «البرت» ان يثبت ان التعلم من خلال القدوة والمثل عبر المشاهدة واللإحاظة من اخطر وظائف الإعلام ولكن يبرهن على هذه الحقيقة من خلال نظرية التعلم الاجتماعى التى وضعها فقد اجرى تجربة على مجموعتين من الأطفال: جعل كل مجموعة فى غرفة فيها نفس الألعاب التي فى الغرفة الأخرى إلا انه عرض على المجموعة الأولى شريط فيديو يظهر فيه شخص يمارس سلوكا عدوانيا (عنف لفظي وعنف جسدى) ضد دمية بحجم الإنسان.

بعد فترة قام هو وفريق البحث وبشكل مفاجئ سحبوا الألعاب من اطفال المجموعتين وجمعوهم فى غرفة اخرى خالية إلا من دمية شبيهه بتلك التي كانت تتعرض للعنف فى شريط الفيديو (الوسيلة الإعلامية)

ولوحظ أن الأطفال من المجموعة الأولى الذين تعرضوا لشريط الفيديو (الوسيلة الإعلامية) عبروا عن سخطهم على الموقف الذى تعرضوا له (نزع الألعاب منهم ونقلهم إلى غرفة اخرى) بضرب الدمية وسبها بالطريقة نفسها التي شاهدوها فى شريط الفيديو أكثر من اطفال المجموعة الثانية الذين عبروا عن غضبهم بأساليب اخرى غير ممارسة العنف ضد الدمية.

استنتج «باندورا» ان تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وبخاصة الأطفال يجعلهم يتعلمون منها أشياء كثيرة من بينها العنف وانهم يختارون من بين

شخصيات وسائل الإعلام نموذجا يحاكونه ويتعلمون منه كما حدث لاطفال التجربة الذين قلدوا الرجل الذي كان يضرب الدمية ويسبها (٧٥ - ١٠٩). على الرغم من التائج التي خرج بها «باندورا» إلا ان التعليم من خلال المشاهدة والللاحظة تحدده أربع عناصر هي:

- (١) الانتباه.
- (٢) الاستيعاب.
- (٣) التقليد والمحاكاة.
- (٤) وجود الدافع.

١- الانتباه:

فالإنسان يتعلم اذا كان انتباهه حاضرا ويؤثر في عملية الانتباه عوامل كثيرة منها قوة الملاحظة لدى الفرد فكلما كان الفرد قوي الملاحظة كلما كانت قدرة تركيزه وانتباهه أعلى ومن ثم تزيد قدرته على التعليم والشخص ضعيف الملاحظة يحتاج الى مثيرات ذهنية شديدة حتى تستدعي انتباهه.

٢- الاستيعاب:

تأتي عملية الاستيعاب بعد عملية الانتباه فلا يكفى ان يتبه الإنسان للرسالة الإعلامية بل لابد وان يستوعبها حتى يكون قادرا على تعلمها وبعد حدوث الانتباه للرسالة الإعلامية يقوم الفرد ب تخزينها واستيعابها في عقله من خلال استخدام رموز كلامية وصور ذهنية ثم يحفظها في ذاكرته ويستوعبها متى احتاج إليها.

فمثلا لو افترضنا ان هناك رسالة إعلامية رياضية استحوذت على انتباه احد الأشخاص كاعتداء اللاعبين على لاعب آخر من الفريق المنافس وكانت هذه الرسالة مشهدا تليفزيونيا إن الفرد في هذه الحالة سيقوم باستيعاب ذلك المشهد أى تخزين الرموز الكلامية والصور الذهنية في ذاكرته يخدمه كأطار مرجعي يتعلم منه حينما يريد أن يقدم على سلوك ماثل في ظروف مماثلة.

٣- التقليد والمحاكاة:

حينما يتبعه الفرد إلى الحدث الرياضي أو الرسالة الإعلامية الرياضية ثم يقوم باستيعابها واحتزانتها في ذاكرته فإنه يعمد في أوقات ومناسبات معينة إلى استدعاء ما قام بتخزينه في ذاكرته من سلوك ثم تقليد ومحاكاة هذا السلوك.

كما أن محاكاة أو تقليد هذا السلوك المخزون في الذاكرة لا يتم بتلقائية أو سهولة مباشرة ولكن يعتمد على عدة أمور أساسية منها الكفاءة العقلية والبدنية للفرد.

فمثلاً قد تشد انتباه الفرد بعض الرياضيات العنيفة والتي تتطلب جهداً بدنياً عالياً كالمصارعة أو الملاكمة لكن حالته البدنية الضعيفة تحول دون تعلمه ذلك السلوك أو وجود اعاقة جسمية تحول بينه وبين ذلك.

ومن العوامل الأخرى التي قد تشجع الفرد أو تثبط محاكاته للسلوك الذي استوعبه أو احتفظ به في ذاكرته هو مدى تشجيع الآخرين له على فعل هذا السلوك أو نهييه عن فعله فلو وجد الإنسان تشجيعاً أو تسامحاً من حوله تجاه سلوك معين فإنه يعمد إلى محاكاته أو تقليده وعلى العكس من ذلك إذا وجد الفرد عدم رضا أو تسامح من حوله نحو هذا السلوك.

وبالتالي فإن قادة الرأى بما لديهم من امكانيات في التأثير على الجمهور يمكن أن يلعبوا دوراً بارزاً في هذا المجال من خلال قيامهم بالدور الإيجابي نحو أفراد المجتمع في حثهم على محاكاة أو تقليد السلوكيات التي تتفق والقيم والعادات والتقاليد الرياضية وتجنب تقليد السلوكيات التي تخرج عن ذلك.

٤- وجود الدافع:

لا يقوم الفرد في المجال الرياضي بالمحاكاة أو التقليد وفقاً لما لاحظه وانتبه إليه ثم استوعبه في ذاكرته إلا إذا كان السلوك الذي سوف يقوم بمحاكاته أو تقليده سوف يقوم باشباع حاجة داخل الفرد.

وعند قيامه بهذا السلوك وجد الدعم والتشجيع من حوله كالوالدين أو الأسرة أو المدرب وذلك إذا كان طفلاً أو ناشئاً والمجتمع الرياضي الذي يتتمى إليه إذا كان كبيراً.

هذا الدعم والتشجيع يأخذ صفة المكافأة والتى قد تمثل فى تسامح افراد المجتمع الرياضى مع ما يقوم به من سلوك ورضاهم عنه أو حتى سكوتهم على سلوكه ذاك أو تجاهل الحكام احتساب اخطاء اللاعبين ضد منافسيهم .

وقد تمثل المكافأة فى القدرة على الافلات من العقاب فإذا وجد الفرد على سبيل المثال انه بالامكان اذا ارتكب سلوكا غير رياضي ان يتفادى العقاب فى كل مرة يقوم بهذا السلوك فإن هذا سيشجعه ويدفعه إلى تكرار هذا السلوك غير الرياضي ومارسته كلما اتيح له ذلك كاعتداء لاعبى الكرة على منافسيهم من خلف ظهر الحكم .

ويرى البعض ان تجنب الرسائل الإعلامية الرياضية بأجهزة الإعلام الرياضى التعرض لأحداث العنف والشغب فى الملعب الرياضية كمثال للخروج عن الروح الرياضية يعد بمثابة تشجيعا منها على التمادى فى ذلك السلوك غير الرياضي ويدفع اللاعبين والجمهور إلى تكراره متى سنتحت الفرصة لهم بذلك لأنه يعتبر نوعا من المكافأة السلبية . وقد تكون المكافأة التى تشجع الفرد على ممارسة مثل هذا السلوك هو ملاحظته ان الاخرين يعملون نفس السلوك وتم مكافأتهم بشكل أو باخر .

ومن خلال العرض السابق يمكن ان نحدد أهمية الإعلام الرياضي بالنسبة للمجتمع في النقاط الآتية :

- ١- للإعلام الرياضي أثر واضح في تشكيل الرأي العام الرياضي وخاصة الموضوعات التي يتبلور عنها الرأي العام بعد .
- ٢- الإعلام الرياضي يلعب دورا هاما في ربط شرائح المجتمع المختلفة وتكامله بما يقوم به من ازالة ما بينهم من فوارق طبيعية .
- ٣- الإعلام الرياضي يوسع قاعدة المعايير والخبرات الرياضية المشتركة وتجنب الفوضى الناشئة من تضارب القيم والمفاهيم المتعارضة معها .

٤- الإعلام الرياضي يستطيع ان يلعب دورا فعالا في خلق الحافز وارادة التغيير لدى اللاعبين والجمهور نحو التقدم والاقتداء به كما أنه يستطيع ان يلعب دورا حيويا في توضيح الطرق التي يمكن بها تحريك هؤلاء اللاعبين والجماهير بهدف الوصول الى مستوى البطولة وتحقيق الانجازات الرياضية على المستوى الأولي والدولى بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع الأم .

٥- الإعلام الرياضي له تأثير بارز في تكوين الآراء والاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة لو احسن استغلاله وفق طرق واساليب تستطيع أن تؤثر في العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية الراسخة فمثلا ممارسة الفتاة للرياضة استطاع الإعلام الرياضي تغيير آراء واتجاهات افراد المجتمعات التي كانت تنظر لها من منظور ضيق إلى أن شاهدنا السباحة الذهبية رانيا عمرو علواني تسجل اعظم الانتصارات المصرية في دورة البحر المتوسط عام ١٩٩٧ بايطاليا بحصولها على ثلاثة ميداليات منهم اثنان ذهبيتان لتسجل اعظم انتصار رياضي مصرى على المستوى الدولى في دورات البحر الاوسط وهو ما عجز عن تحقيقه الرجال حتى الآن .

والإعلام الرياضي سلاح ذو حدين له فوائد اجتماعية الكثيرة وله عيوبه المتعددة فهو اداة لها نتائجها ومحصلتها بحسب توجيه الإنسان لها وتسخيره ايها فيها فوائد اذا ما أحسن توجيهها وانتقائها وإعدادها الإعداد المناسب فهى توسيع المعارف والمعلومات والثقافة والمفاهيم الرياضية وتفتح آفاقا امام النشء وفيها شحذ لذهنه وتنوع لاهتماماته واثراء خياله .

فالإعلام الرياضي السليم يستطيع أن يسهم الى حد كبير في بناء الأسرة وسعادتها ومساعدتها على حل كثير من مشكلاتها .

- الإعلام الرياضي السليم قادر على ربط الفرد الرياضي والمجتمع بعقيلته وهو قادر على ان يشده دائما الى القيم الرياضية العليا والأخلاق الرياضية الكريمة وينفره من التعصب والانحراف والشغب والعنف والمخدرات والسقوط أياً كان .

- الإعلام الرياضي السليم يربط الأمة بتاريخها الرياضي وامجادها الرياضية وتشجعها على أن تجدو حذوها وتنسج على منوالها.
- الإعلام الرياضي السليم يقدم لبناء المجتمع على اختلاف اعمارهم الثقافات الرياضية الالازمة ويقدم لهم المعارف والمفاهيم والعلوم الرياضية بما ينمى ثقافاتهم وقدراتهم الرياضية ويوسع افاقهم.
- والإعلام الرياضي في الواقع إن وضع في أيدي أمينة وحكمته سياسة بناء وهادفة كان له أثر كبير وسريع على حياة الأفراد وتوجهاتهم الرياضية السليمة.

ثانياً: العنف في المجال الرياضي:

لقد لوحظ في الأونة الأخيرة خروج بعض الرياضيين عن التقاليد الرياضية الأصيلة وروح المنافسة الرياضية فأصبح العنف الرياضي بكل صوره سواء من اللاعبين أو الجمهور أو الاداريين أو المدربين والذي يتمثل في أنواع العنف المختلفة والتي منها :

العنف الوسيلى لتحقيق هدف والعنف التوكيدى باستخدام الحق القانونى والعنف العدوانى الذى يهدف الى ايقاع الضرر بالآخرين كل هذه الأنواع والتى قد تتمثل فى الكثير من الصور والتى منها الاعتراف على قرارات الحكم وإثارة الجماهير وحرق الجرائد وتحطيم المدرجات، قذف الطوب، تبادل الشتائم والالفاظ البذيئة .

كل ذلك أصبح صورة عامة ومؤسسة تهدى مسيرة الرياضة وتخرجها عن اهدافها الحقيقية في خلق المواطن الصالح بدنيا ونفسيا وعقليا واجتماعيا وانفعاليا بالإضافة إلى كونها متنفسا للترويح ومتعة الجماهير .

فإن استمرار ظاهرة العنف الرياضي يعتبر مؤشرا على حالة العنف والإرهاب الذى يشهده العالم فالعنف الرياضي إرهاب أيضا لكنه يهدى مسيرة الرياضة فى جميع ميادينها .

ولم يعد العنف يقتصر على لعبة معينة كما أنه يهدى مستقبل الأسرة المصرية

والعربية خاصة مع شيوخ الالفاظ النابية التي يرددوها الجمهور وتدخل كل بيت ويسمعها الأطفال والنساء مما يتسبب بشكل مباشر في احجام الأسر المصرية والعربية عن متابعة المنافسة الرياضية التي يقدمها الإعلام الرياضي بعد ان كانت تحرض على ذلك.

فقد أكدت احدى الدراسات ان تناهى ظاهرة العنف في المجال الرياضي بين جمهور الإعلام الرياضي وبخاصة الناشئين والأطفال يرجع بشكل مباشر واساسي الى تعرض ذلك الجمهور إلى رسائل إعلامية رياضية كمبارات الكورة التي تتضمن كثيرا من موافق العنف اللفظي والجسدي الذي يتمثل في اعتداء بعض اللاعبين على منافسيهم أو اعتدائهم على حكم المباراة (٤٩ - ٢٦).

فهذا العنف الذي يشاهده الجمهور من خلال الإعلام الرياضي هو بمثابة عنف واقعي وقد ثبتت احدى الدراسات ان هذا النوع من العنف يميل الجمهور إلى تقليده (٧١ - ٧٢).

كما اشارت احدى الدراسات في تفسيرها لنظرية التنفيس وهي احدى نظريات العنف الإعلامي إلى أن الإنسان يتعرض خلال يومه الطويل إلى كثير من الاحباطات المختلفة نتيجة تعامله مع نفسه ومع الآخرين وتؤدي هذه الاحباطات في النهاية إلى ممارسة العنف.

فمشاهدة موافق العنف عبر أجهزة الإعلام الرياضي تساعده على تفادي العنف نسيان احباطاته وهذا مضمون نظرية التنفيس اذا ان مشاهدة الفرد لموافق العنف ومعايشته عقليا وعاطفيا يساعد على تنفيس ذلك العنف (٣١، ٦٩ - ٣٢).

والواقع أن مشاهدة موافق أو احداث العنف عبر أجهزة الإعلام الرياضي قد ينسى الفرد احباطاته تجاه بعض مشكلاته الخاصة ولكن في نفس الوقت لم تقدم له حلولا لهذه المشكلات وبالتالي نسيانه لهذه الاحباطات قد يتم ولكن بشكل مؤقت بل قد يؤدي به إلى تراكم هذه الاحباطات عنده.

إن مشاهدة احداث العنف وبشكل مستمر في اجهزة الإعلام الرياضي يؤدى

إلى رفع مستوى الاثارة النفسي والعاطفي عند الجمهور مما يؤدي إلى احتمال حدوث السلوك العدواني عند الأفراد لاسيما اذا كان العنف الذي شاهده مبررا ففي هذه الحالة يصبح التأثير كبير وخطيرا.

ويتبع ذلك امر لا بد منه وهو سهولة تعلم الجمهور للسلوك العدواني من خلال التعرض المستمر لاحداث العنف في الإعلام الرياضي (١١١ - ١٢١).

اذ يقوم الجمهور وخاصة الناشئين أو الاطفال بتقليل اللاعبين النجوم والذين يمثلون القدوة التي قد تحدث منهم وقد لا يقوم الناشر بتقليل ذلك في حينه ولكنه يخزنها في ذاكرته وتمثل بالنسبة له اطارا مرجعيا ثم يقوم باستدعائهما في نفس المواقف المشابهة.

إن استجابة الإنسان لما يشاهده تتعكس على طريقة التصرف عنده اذ ان مشاهدة أو متابعة ما يقدمه الإعلام الرياضي يؤثر في عملية صنع القرار لدى الفرد بشكل لا يشعر به.

مع الاخذ بعين الاعتبار أن تأثر الجمهور بالإعلام الرياضي يكون من خلال بعض العناصر والمؤثرات الوسيطة فيكون الإعلام الرياضي عنصر مساعد.

وقد يلعب الإعلام الرياضي دورا كبيرا في تصميم رؤية الفرد وبنائها على المدى الطويل وفي إعادة تنظيم الصورة العقلية لديه لتشكل اراء ومعتقدات رياضية جديدة تؤثر بطبيعة الحال على سلوكه وتصرفاته في حياته الرياضية (٤٩ - ٢٦).

ويجب ان لاننسى ان الإنسان قد يرفض ما يشاهده او ما يتبعه من احداث عنف عبر أجهزة الإعلام الرياضي ولا يقتنع به ولكن يجب ان تتذكر أيضا أن ثقافة الفرد وعمره يحددان مدى تأثيره بما يعرض عليه فالناشء أو الطفل مثلا يكون اشد تأثيرا واسرع استجابة لما يعرض عليه كما ان تكرار عملية العرض وبشكل مستمر تزيد من عملية التأثير لدى الفرد.

إن الاخطاء الناتجة عن عملية التعرض لاحداث العنف من خلال أجهزة الإعلام الرياضي كالتي تحدث في الملاعب تهدد الأجيال الناشئة والتي تمتاز

بسرعة التأثير وقابليته فهى تقوم بتغيير انماط الحياة السائدة فى المجتمع الرياضى وبلوره انماط كتلك التى ت تعرض من خلال احداث العنف المعروضة كما تؤثر تأثيرا سلبيا على طريقة التفكير وطريقة الحياة والسلوك .

وقد آن الآوان للتفكير فى اتخاذ خطوات حادة لاصلاح ما فسد ونتدارك ذلك الان وليس غدا وان يتم معالجة ما يعرض من احداث عنف بطريقة تربوية هادفة باظهار مساوئه وعيوبه والاضرار التى قد تنجم عنه قبل ان تراكم الاخطار وتعظم التأثيرات الخطيرة وتصبح انماطا حياتية متصلة في حياة النشء .

الفصل السادس

مقدمة في الإعلام الرياضي وذلك يبعض المجالات الأخرى

- الإعلام الرياضى وال الحاجات النفسية
- الإعلام الرياضى وعلاقته ببعض المجالات الأخرى
- الإعلام الرياضى وال العلاقات العامة فى المجال الرياضى
- الإعلام الرياضى والإعلان فى المجال الرياضى
- الإعلام الرياضى والدعاية فى المجال الرياضى
- الإعلام الرياضى والاتصال فى المجال الرياضى
- الإعلام الرياضى والتخطيط فى المجال الرياضى
- أنواع الإعلام الرياضى .

الفصل السادس

سيكولوجية الإعلام الرياضي وعلاقته ببعض المجالات الأخرى

تعتبر عملية الإعلام في حد ذاتها هي عملية الاتصال بين المرسل (الإعلامي) وبين المستقبل (الجمهور) عن طريق وسيلة إعلامية (مقرئه أو مسموعة أو مرئية) تنقل بواسطتها الرسالة الإعلامية في شكل رموز لغوية ومصورة حسب طبيعة كل وسيلة من طرف إلى آخر ثم يقوم الجهاز العصبي للإنسان باستيعاب الرسالة الإعلامية باعتبارها مثيراً يستجيب لها الجمهور.

إن الاستجابة للرسالة الإعلامية تتضمن عمليات نفسية كثيرة فالرسالة الإعلامية كمثير لكي يستجيب لها الجمهور (المستقبل) الاستجابة المرجوة لابد وان تكون شيقة وجذابة وغير مملة تتناسب مع طبيعة هذا الجمهور وتتفق مع طابع الشخصية القومية والمجاالت النفسية الذي يوجد فيه الفرد والجماعة والدافع والغرائز وال حاجات والخبرة وحيل الدفاع والتعليم وغير ذلك من محددات الاستجابة.

كذلك فإن الاستجابة للرسالة الإعلامية في المجال الرياضي تتوقف على ما اذا كانت هذه الرسالة بسيطة أم مركبة مباشرة أو غير مباشرة كافية أم غير كافية واضحة أم غير واضحة .

وهناك بعض العوامل التي يجب توافرها في الرسالة الإعلامية الرياضية حتى يمكن ان يتفاعل معها الجمهور الرياضي وبالتالي تتحقق الاستجابة المرجوة وهذه العوامل (٢٥ - ٣٣٩ ، ٣٤٠) هي :

- ١- التناجم أو التشابه والمشاركة في الخبرات والصور لدى كل من المرسل (الإعلامي) والمستقبل (الجمهور) بما يضمن فهم الرموز ومعرفتها وبالتالي الاستجابة لها.
- ٢- استشارة انتبه الجمهور واستعمال رموز واضحة ومفهومة.
- ٣- ربط الرسالة الإعلامية بحاجات الجمهور ومحاولة اشباعها بحيث لا يتنافى ذلك مع العادات والتقاليد والقيم الرياضية النبيلة.
- ٤- مراعاة الحالة النفسية للجمهور ومراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدية حسب نوع وقدرة هذا الجمهور.
- ٥- الاهتمام باستخدام قواعد اللغة التي يخاطب بها الجمهور بما يتناسب مع درجة فهمهم لها وبما يتناسب مع مستوى الثقافى والتعليمى ويفضل استخدام اللغة الإعلامية وهى التى تجمع ما بين اللغة الفصحى والعامية.

الإعلام الرياضي وال الحاجات النفسية:

لكل ينجح الإعلام الرياضي ولكل تحظى الرسالة الإعلامية الرياضية بالقبول والاهتمام لدى الجماهير لأبد وأن تسعى إلى اشباع الحاجات النفسية لهذا الجمهور وتهدف إلى تلبية رغباتهم وتحقيقفائدة ملموسة لليهم في حياتهم اليومية.

ومن أهم هذه الحاجات التي يمكن للإعلام الرياضي أن يشبّعها ما يلى :

- ١- الحاجة إلى المعلومات والمعارف والمفاهيم الرياضية.
- ٢- الحاجة إلى الأخبار الآنية (مشكلات الساعة) في المجال الرياضي.
- ٣- الحاجة إلى معرفة القواعد والقوانين واللوائح المنظمة للهيئات الرياضية.
- ٤- الحاجة إلى الالام بالقوانين الخاصة بالألعاب الرياضية المختلفة.
- ٥- الحاجة إلى دعم الاتجاهات النفسية نحو الرياضة وتعزيز المعايير والقيم والمفاهيم الرياضية أو تعديلها بما يواكب التطور العلمي والتكنولوجي في المجال الرياضي.

الإعلام الرياضي وعلاقته ببعض المجالات الأخرى:

١- الإعلام الرياضي والعلاقات العامة في المجال الرياضي:

العلاقات العامة في المجال الرياضي هي: الجهد المقصود المستمرة المخططة التي تقوم بها إدارة المؤسسة الرياضية (نادي - مركز شباب - اتحاد رياضي .. الخ) والتي تهدف إلى وجود تفاهم متبادل وعلاقات سليمة بين تلك المؤسسة أو خارجها عن طريق وسائل الإعلام المختلفة والاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة الرياضية والرأى العام (٦٧ - ٣٥٦).

حيث تقوم باهتمام الجمهور حقيقة المؤسسة الرياضية عن طريق النشر والإعلام وافهام المؤسسة الرياضية حقيقة الجماهير عن طريق دراسة الرأى العام بالاستفتاء والاحصاء والقياس العلمي.

فالعلاقات العامة في المجال الرياضي هي همزة الوصل بين النادي أو المركز مثلاً وبين الجمهور والتى تسعى بما تملكه من امكانات أو أدوات الى كسب ثقتهم وتأييدهم وبالتالي حرصهم على المشاركة في نشاط هذا المركز أو ذاك والإعلام الرياضي هو اداة هذا الاتصال.

٢- الإعلام الرياضي والإعلان في المجال الرياضي:

يعتبر الإعلام الرياضي هو الاداة التي يتم عن طريقها ابلاغ رسالة الإعلان. والإعلان هو نشر المعلومات عن السلع أو الخدمات أو الأفكار في وسائل الإعلام المختلفة لخلق حالة من الرضا النفسي في الجمهور بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو تقبلها أو الترويج لها مقابل دفع مبلغ مادي.

ولكن في مجال الرياضة تطور مفهوم الإعلان من مجرد اداة لزيادة الانتاج والتوزيع إلى الإعلان عن الوظائف التي تقدمها المؤسسة الرياضية سواء كانت هذه المؤسسة نادي أو مركز شباب .. الخ.

وكذلك الإعلام عن الدور الذي تلعبه هذه المؤسسة في النهوض بالرياضة على المستويين المحلي والعالمي وذلك لكسب الرأى العام وبالتالي يمكن ان يطلق عليه اعلاما اعلانيا.

٣- الإعلام الرياضي والدعاية في المجال الرياضي:

يقدم الإعلام للجمهور الحقائق والأخبار والمعلومات الرياضية كما هي مجرد سوء كانت هذه الحقائق أو الأخبار سلبية أو إيجابية بهدف الإعلام والنشر واحتاطة هذا الجمهور علمًا بما يدور من احداث وواقع في المجال الرياضي بكل موضوعية وصدق.

أما الدعاية فنجد أن الداعية يستخدم حقيقة معينة ويستغلها بطريقة مباشرة في تأييد وجهة نظره والقضية التي يقوم بمعالجتها.

وتهدف الدعاية في المجال الرياضي إلى الترويج لفكرة رياضية أو برنامج رياضي معين أو محاولة الاستحواذ على فكر الأفراد أو الجماعة أو دفعهم إلى القيام بسلوك رياضي معين عقدت النية على تنفيذه.

وذلك كالدعاية التي يقوم بها المرشحين لاعضاء مجالس الإدارات في الاندية والاتحادات الرياضية مثلاً بهدف كسب تأييد اعضاء الجمعية لهم ودفع الاعضاء لاختيارهم كأعضاء في هذه المجالس.

وعلم النفس الاجتماعي يرى ان الدعاية هي:

«محاولات التأثير في اتجاهات الناس وارائهم ومن ثم في سلوكهم بحيث تأخذ الوجهة التي يرغب فيها الداعية ويحدث هذا عن طريق الايحاء أكثر مما يحدث بواسطة الحقائق والمنطق».

وحتى تصبح الدعاية نوع من الإعلام في المجال الرياضي يجب ان يقوم بها قادة التربية الرياضية المتخصصين اصحاب الدعوة والفكر باستخدام وسائل الإعلام الرياضية لاجتذاب الجماهير إلى المبادئ والقيم الرياضية معتمدة في ذلك على الحقيقة المجردة وليس غير .

٤- الإعلام الرياضي والاتصال:

يشكل الإعلام الرياضي عنصراً أساسياً من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن

الإعلام الرياضى لا يعدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر واسعه الا وهى ظاهرة الاتصال.

والاتصال هو العملية التى يمارسها الإنسان مع الآخرين لتشير إلى تفاعلهم بواسطة العلاقات والرموز وقد تكون هذه الرموز حركات أو صورا أو لغة أو أى شيء آخر وتعمل كمنبه للسلوك من أجل احداث تأثير معين فيه.

والاتصال بصفته المجال الواسع لتبادل الواقع والاراء بين البشر فإن الإعلام الرياضى لا يعدو ان يكون شكلا من اشكال الاتصال لانه فرع من فروع التفاعل الذى يتم عن طريق استخدام الرموز وهذه الرموز تكون على شكل حركات أو رسوم أو نقوش أو كلمات أو أى شيء آخر.

والاتصال أيضا مجاله واسع يشمل دراسة جميع اشكال الفن والرياضة والتعليم واتجاهات الدعاية والتأثير وعمليات الحرب النفسية والترويح بكل صوره والتسلية والترفيه والإعلان فالاتصال قوة ترتبط بالقدرة على التأثير إلا أنه لا يمكن أن يفهم بعزل عن فكرة التفاعل بوسائله واهوائه المختلفة فالاتصال هو التفاعل الانساني عن طريق الاشارات والرموز.

والاتصال يتبعذ اشكالا مختلفة فمنه ما يسرى بين الافراد ومنه ما تنظمه المؤسسات والهيئات ومنه ما يتم عن طريق التفاعل المباشر ومنه ما يتم عن طريق وسائل الإعلام (٣٠ ، ٤٠ ، ٢٩).

ومما سبق يمكن ايجاز العلاقة بين الإعلام الرياضى والاتصال فى أن الإعلام الرياضى فرع من الاتصال وعنصر هام من عناصره وطريق من الطرق التى يتحقق بها الاتصال مع الناس.

ومن خلال عرض علاقه الإعلام الرياضى بال مجالات الأخرى يتبيّن لنا ما يلى :

- ان الإعلام الرياضى اطار واسع له ابعاده التى تشمل كافة الميادين الرياضية والاجتماعية والحياتية.

- ان الإعلام الرياضى يشتراك مع المجالات الأخرى فى كونها اشكالا لعملية جماعية واحدة هى الاتصال بالجماهير إما لغرض الدعاية أو الإعلان أو

ترتيب العلاقات العامة للمؤسسات الرياضية أو تربية الجماهير وتنقيفها وزيادة الوعى الرياضى بها بما تقدمه من معلومات أو حقائق حول قضية أو مسألة من المسائل الرياضية.

٥- الإعلام الرياضي والتخطيط:

نتيجة لما يتمتع به الإعلام الرياضي من أهمية كبيرة فى أى مجتمع من المجتمعات ولما يتمتع به من تأثير كبير فى نفوس افراد هذا المجتمع وبالتالي لابد وان يقوم هذا النوع من الإعلام على اساس التخطيط العلمي المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التى تتناول الموقف الإعلامى لكل والذى يشتمل على مجموعة من العناصر المتداخلة كالإعلامى والجمهور والرسالة الإعلامية الرياضية ووسيلة الإعلام والعملية الإعلامية وذلك وفق مجموعة من القواعد والمبادئ التى تتضمنها عملية التخطيط (٢٥ - ٣٤) والتى منها:

- ١- أن يكون التخطيط للإعلام الرياضي متكملاً مع التخطيط القومى الشامل للإعلام العام بصفة خاصة وفى المجالات الأخرى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتربيوية بصفة خاصة فالخطة الناجحة هى التى تتصف بالشمول والتكامل والمرونة والتطور بالقدر الذى يكفى تحقيق اهداف المصلحة القومية العليا للدولة .
- ٢- ان يوجه تخطيط الإعلام الرياضي نحو الفكر والعقيدة والعادات والقيم والرأى العام واتجاهات الجمهور لانه يهدف إلى احداث تغيير فى سلوك هذا الجمهور أى احداث تغيير نفسي وبالتالي يجب دراسة هذه النواحي دراسة علمية حتى يتمكن البدء فى عملية التخطيط فى الإعلام الرياضى .
- ٣- ان تترجم الخطة العامة للإعلام الرياضى إلى برامج تنفيذية استراتيجيات وتقنيات عملية للاتصال بالجماهير وان تخضع هذه البرامج للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو القصور فى تحقيق الاهداف .
- ٤- لابد من توخي الحذر والدقة فى تحديد الاهداف سواء قريبة المدى أو بعيدة

المدى والتي ترسم الخطة الإعلامية حتى يمكن تحقيقها فمن البداية لابد وان تكون الاهداف ممكنة التحقيق وفي ضوء الوسائل المتاحة أو الممكنة.

أنواع الإعلام الرياضي:

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت اشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع وذلك كالتالى :

١- الإعلام الرياضي المقرئ : وهى التي تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات .

٢- الإعلام الرياضي المسموع : وهى التي تعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو واشرطة التسجيل ووكالات الانباء .

٣- الإعلام الرياضي المرئى : وهى التي تعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والتليفزيون والفيديو وشبكة المعلومات (الانترنت) واحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد .

٤- الإعلام الرياضي الثابت : وهى التي يتوجه اليها الناس للإطلاع عليها مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح .

وفي الفصول القادمة سوف يتم تناول هذه الانواع بالشرح والدراسة والتحليل وذلك باختيار أهم وسيلة لكل نوع من هذه الأنواع السابقة كالصحافة الرياضية للإعلام المقرئ والاذاعة للإعلام المسموع والتليفزيون للإعلام المرئى والمؤتمرات للإعلام الثابت .

الفصل السابع

الصطلاحات (الإنجليزية)

- تقديم
- تاريخ الصحافة الرياضية
- اهداف الصحافة الرياضية
- المعنى الاصطلاحي لكلمة الصحافة
- وظائف الصحافة الرياضية
- أنواع الصحافة الرياضية
- دور الصحافة الرياضية في تكوين الرأي العام الرياضى

الفصل السابع

الصحافة الرياضية

تقديم:

الاساس فى العلاقات الإنسانية هو الكلام وليس فى مقدورنا ان نتصور مجتمعا انسانيا فى أى فترة من فترات التاريخ ولد وعاش بدون كلام والأصل فى الكلام ان يكون مسموعا .

فالإنسان منذ فجر التاريخ يصبح السمع إلى المشافهة مع أخيه الإنسان من أجل بناء العلاقات وعمار الأرض لكن بعد اكتشاف الورق لم يعد أصل الكلام هو الاستماع فقط بل أصبح الكلام أيضا مقرئ في صحيفة أو مجلة أو كتاب أو نشرة .

والقارئ المعاصر هو مجموعة من الرغبات فهو من ناحية يريد ان يعرف ويريد ان يفهم ويريد نوعا من تلك المتع التي تقدمها له الصحيفة الناجحة .

والصحيفة في عالم اليوم لم تعد ناقلة للأخبار والمعلومات فقط بل انها احدى المتع المذهلة التي يتعامل معها الإنسان مع اشراقة كل يوم .

والصحافة بوجه عام هي مرآة الرأي العام واداة من اقوى الأدوات المعروفة للتعليق على هذا الرأى وهي ضرورة من ضرورات المجتمع بدون الصحافة فقد الجانب الأكبر من المعلومات التي تعتمد عليها في حياتنا اليومية .

والصحف في عصمنا الحديث هي الصلة بين الفرد والعالم الخارجي ولو لاها لعاش في عزلة عما يجرى من حوله اذ لا توجد دائرة من دوائر حياتنا الاجتماعية لاتغذيها الصحافة أو تمسها من قريب أو بعيد .

والذين يقولون انهم لا يطالعون الجرائد اياما بل اسابيع هم على الرغم من ذلك يتأثرون في كل ساعة بها ذلك لأن من حولهم يطالعونها ويتفاعلون معها ينقلون اليهم مافيها من أخبار ومعلومات والتى يطلق عليها علماء الاتصال نظرية التأثير على مرحلتين (راجع الفصل الثاني).

فالكلمة المكتوبة أو المطبوعة لها سحر على العقول وأثر ينطبع في النفوس ونفوذ أقوى من المدافع والغازات السامة وأكثر قناعة وأقوى حرارة من الصلب.

فضلا ما تقوم به الصحافة من تكوين الرأي العام في أي مجال من مجالات الحياة بما تنشره من اخبار وكتبه من تعليقات واعمدة واحاديث وتحقيقات وماتنشره من صور ورسوم كاريكاتورية فانها تقوم بخلق روح المشاركة والانتماء بين افراد المجتمع عن طريق ارساء وتدعم مجموعة من القيم التربوية في نفوس القراء وخلق الوعي التام بقيمة الترابط وضرورته.

وتعتبر الصحافة أول وسيلة من وسائل الإعلام المعاصر فلقد بدأت الكتابة مع الإنسان في عصوره القديمة ثم حققت تطورا كبيرا في القرن الخامس عشر حينما اخترعت المطبعة حتى تبلورت الصحافة في شكل من اشكال الدوريات التي تتناقل الاخبار بين الناس (١٨ - ١٥).

ثم اتجهت الصحافة إلى التخصص فهناك الصحافة الرياضية وهناك الصحافة الاقتصادية والتجارية وهناك الصحافة العلمية والصحافة الفنية وغيرها من الصحافة المتخصصة.

وتعتبر الصحافة الرياضية من أكثر الصحف المتخصصة جماهيريا فلا تخلو صحيفة عامة من الأبواب والصفحات الثابتة عن الرياضة وتكرس معظم الصحف اليومية في العالم ما بين ٥٪ - ٢٠٪ من مساحتها للرياضة (٢٢ - ٧٥).

واصبح القسم الرياضي بهذه الصحف يحتل مكانا هاما واخذت الانباء الرياضية تحتل مساحة تزيد في بعض الاحيان عن عشر مساحة المادة الاخبارية المشورة يوميا في هذه الصحف.

بل اصبح لالنباء الرياضية مكانها فى عناوين الصفحة الأولى وتلجمأ كثيرا من المؤسسات الصحفية إلى اصدار ملاحق رياضية اسبوعية توزع مع الصحيفة لزيادة توزيعها.

ولقد تطورت هذه الملاحق لتتصبح صحفا مستقلة تهتم بنشر الاخبار الرياضية والمنافسات الرياضية وتحوى الاحداث مع المشاهير من اللاعبين فى مختلف الرياضات الذين يشرون اقبال الجمهور.

وقد ادى ظهور الاذاعة والتليفزيون الى ايجاد منافسة مع الصحف حول جذب الجمهور الى الرياضة وطرقها المتعددة فلجأت بعض المؤسسات الصحفية والاتحادات والأندية الى اصدار صحف ومجلات متخصصة فى كافة ما يتعلق بالشئون الرياضية (٤٢ ، ٢٠٥ ، ٢٠٦).

ولقد ارتبط انتشار الصحافة في كثير من الدول العربية بانتشار الصحف الرياضية التي تعددت واشرف عليها مسئولون وصحفيون تولوا بعد ذلك رئاسة تحرير الصحف الكبيرة وال العامة فكان الرياضة ساهمت في إعداد جيل رائد من الصحفيين في العالم العربي كذلك انتشرت الصحافة الرياضية في العالم العربي واقبل عليها القراء والجمهور (١٨ - ١٦).

ويقول محمد حسين هيكل^{*} في ذلك :

«إن قواعد اللغة الوحيدة هي الرياضة ولذلك يحدث الاندماج بين الرياضيين في الملعب والجمهور على مقاعدهم بينما نجد أن قواعد اللعبة في السياسة غير معروفة». فيما يلى عرض موجز لتاريخ الصحافة الرياضية في مصر .

تاريخ الصحافة الرياضية في مصر:

لم تعرف مصر الصحافة الرياضية بالمعنى المتعارف عليه حاليا الا مع بداية عام ١٨٨٥ عندما بدأ الشباب المصرى يكون الفرق المختلفة لكرة القدم في الاحياء الشعبية وظهر أول فريق مصرى لكرة القدم قام بتكونيه محمد افندي باشا.

* محمد حسين هيكل محاضرة في ٧ فبراير ١٩٨٩ معرض الكتاب الدولى القاهرة.

ولعب باسم مصر ضد فريق الاحتلال البريطاني في ذلك الوقت وفاز الفريق المصري . مما حدى الصحف المصرية إلى محاولة استغلاله لاثارة الحس الوطني لدى الشعب المصري وذلك من خلال الاشادة باداء الفريق المصري وبروحه القتالية وكفاحه طوال المباراة من اجل تحقيق الفوز على الفريق البريطاني .

وكانت هذه هي البداية الحقيقة لظهور الصحافة الرياضية في مصر . وكانت الصحافة الرياضية في ذلك الوقت قاصرة على اخبار كرة القدم وسباق الخيل والقليل من الانباء الرياضية العالمية ولم تتعرض الصحافة للنقد أو التعليق أو المقال بما يمكنها من تقديم الافكار والاقتراحات أو تصحيح بعض المعتقدات أو الاتجاهات بما يساهم في النهوض بالرياضة ووضعها في المسار الصحيح (٢٦ - ١٤) .

- وفي عام ١٨٩٥ صدر «نوري اميل ناخارتي» صحيفة السباق وكانت تصدر بالاسكندرية .

- وفي عام ١٨٩٦ ظهرت مجلة الرياضة وفيما عدا ذلك لم تهتم أي صحيفة أو مجلة صدرت في ذلك الحين بالاخبار الرياضية .

- وخلال العقد الأول من القرن العشرين صدرت عدة صحف ومجلات رياضية متخصصة كان ابرزها صحيفة الرياضة التي صدرت عام ١٩٠٥ وتلاها في الظهور صحيفة ضياء الالعاب عام ١٩٠٧ .

- وفي عام ١٩٢٠ ظهرت مجلة الرياضة البدنية وكانت تصدر عن نادي القاهرة الرياضي وكان ابراهيم علام (جهينة) هو القائم بمسؤولية التحرير . وكان اهتمام الصحيفة ينصب على تقديم الالعاب الرياضية والاهتمام بحياة الرياضيين المشهورين في ذلك الوقت وابراز الانشطة الرياضية التي تستحوذ على اهتمام جماهير القراء وخاصة نشاط كرة القدم .

- وفي ١٩٢١ صدرت مجلة الزمان وخصصت ثلاثة صفحات للرياضة تحت عنوان الالعاب الرياضية والكشافة .

- وفي نفس العام صدرت في القاهرة أول مجلة رياضية متخصصة في

العالم العربي والافريقي باسم المضمار وكانت تهتم بجميع الانباء الرياضية بصفة عامة ونتائج مباريات كرة القدم وسباق الخيل بصفة خاصة.

- وفي عام ١٩٢٢ قامت هذه المجلة (المضمار) بتنظيم أول مسابقة لقرائها لاختيار احسن اللاعبين في كرة القدم.

- وفي عام ١٩٢٣ صدرت مجلة رياضية اسبوعية كان اسمها الألعاب وكانت تصدر في قطع صغير وكانت تهتم بنشر اخبار مباريات كرة القدم على كأس السلطانية.

- وفي عام ١٩٢٤ صدرت مجلة رياضية اطلق عليها اسم (السباق) وكانت اسبوعية تهتم بالألعاب معينة مثل العدو، سباق الخيل ، ألعاب المراهنات.

- وفي عام ١٩٢٦ ظهرت مجلة رياضية متخصصة اطلق عليها اسم الألعاب وكانت تهتم بالمقالات التي تحدث المواطنين على ممارسة الرياضة بانتظام وفوائد ممارسة الرياضة.

- وفي عام ١٩٢٧ ظهرت في الاسكندرية مجلة رياضية اسمها «الرياضة» وكانت تهتم بنشر اخبار الانشطة التي تقام بالاسكندرية واخبار نجومها المشهورين في الألعاب المشهورة.

- وفي عام ١٩٢٨ ظهرت أيضا في الاسكندرية صحيفة اخرى رياضية تسمى «سبور» ولكنها كانت غير منتظمة الاصدار.

- وفي عام ١٩٢٩ صدرت بالاسكندرية مجلة الرياضة الأسبوعية وفي نفس العام اعقبتها صحيفة ماتش الأسبوعية والتي تم اصدارها بالقاهرة.

وتنتهي فترة العشرينات وتأتي فترة الثلاثينيات لتشهد انخفاض في اهتمام الصحافة المصرية بالرياضة فقد صدرت مجلتان في الرياضة المتخصصة كانت بترتيب ظهورها هما:

- مجلة السباق عام ١٩٣١ .

- مجلة الالعاب الرياضية عام ١٩٣٣ وكانت تصدر اسبوعيا بالقاهرة .
 - وفي هذا العام اهدت مجلة كوكب الشرق أول كأس لتباري عليه فرق كرة القدم في جميع المحافظات المصرية وبذلك تعتبر الصحافة المصرية أول من ساهمت في إعداد وتنظيم وتشجيع المسابقات الرياضية في مصر .
 - وفي عام ١٩٣٦ اهتمت صحيفة المصري بالصحافة الرياضية حيث خصصت احدى ابوابها لنشر الاخبار والتعليقات الرياضية .
 - وفي عام ١٩٣٧ صدرت بالقاهرة مجلة رياضية اسبوعية متخصصة باسم الشعاع .
 - اما في فترة الاربعينيات فلم تشهد صدور أى صحيفة أو مجلة رياضية متخصصة ويعود ذلك لنأثر معظم انشطة الحياة بالحرب العالمية الثانية .
 - وفي عام ١٩٥٢ صدرت بالقاهرة مجلة الدليل الرياضي وهي مجلة دورية اسبوعية .
 - وفي عام ١٩٥٥ صدرت مجلة الملعب ثم اعقبتها مجلة أخرى متخصصة باسم الرياضة واوقات الفراغ .
- وتنتهي الخمسينيات وتبدأ السبعينيات بصدور قانون تنظيم الصحافة والذي صدر في ٢٤ مايو ١٩٦٠ وكان له أثره في ان تتخذ الصحف المصرية طريقا واحدا في تناول الموضوعات السياسية واتجهت الصحف للتغيير والتجدد في ابواب الأخرى كالفنون والادب والرياضة . مما كان له الاثر الأكبر في زيادة المساحة المخصصة للمادة الرياضية .
- ولكن في ٥ يونيو ١٩٦٧ تحدث النكسة فيتوقف النشاط الرياضي تماما مما كان له الاثر السلبي على الصحافة التي وجهت كل اهتمامها الى اخبار الحرب فتتوقف جميع المجالات الرياضية عن الصدور .
 - وفي ١٩٧١ صدرت جريدة التعاون الرياضي والتي تصدر عن دار التعاون للطبع والنشر .

- وفي عام ١٩٧٣ يشهد عودة النشاط الرياضى إلى ما كان عليه بل وشهد تطوراً وأصدار مجموعة من المجالات والصحف اشرفت على صدورها المؤسسات الصحفية الكبرى أو الاندية وكانت في البداية صحيفة الأهلية وهي صحيفة نصفية صدرت عن النادى الأهلى فى عام ١٩٧٣ .

وبعها صحيفة الزمالك وهى أيضاً صحيفة نصفية صدرت عن نادى الزمالك فى عام ١٩٧٦ .

- وفي نفس العام صدرت صحيفة الكورة واللاعب صدرت عن دار التحرير للطبع والنشر .

- وفي عام ١٩٨٠ صدرت صحيفة جمهور المصرى وهى صحيفة نصفية وصدرت عن النادى المصرى ببور سعيد (٢٦ - ١٤ : ١٧) .

- وفي عام ١٩٨٩ صدرت صحيفة اخبار الرياضة (صحيفة نصفية) عن دار اخبار اليوم وهى صحيفة اسبوعية .

- وفي عام ١٩٩٠ صدرت مجلة الاهرام الرياضى عن دار الاهرام مجلة اسبوعية وتعتبر اخبار الرياضة والاهرام الرياضى دفعة جديدة للصحافة الرياضية .

- وفي عام ١٩٩٥ صدرت مجلة كايرو فوتبول وهى مجلة شهرية خاصة بكرة القدم فقط تصدرها منطقة القاهرة لكرة القدم (الاتحاد المصرى لكرة القدم) .

- في عام ١٩٩٥ أيضاً صدرت مجلة الكرة المصرية وهى مجلة رياضية شهرية خاصة بكرة القدم .

- وفي عام ١٩٩٦ صدرت أول صحيفة رياضية يومية هي صحيفة الميدان ثم تحولت الى صحيفة عامة في نفس العام واصبح صدورها غير منتظم .

وقد لمست إدارة الصحف المصرية مدى اهتمام القراء بالرياضة وذلك من خلال ارتفاع نسبة التوزيع في المناسبات الرياضية والتي تصل الى ٣٪ .

لذا اهتمت جميع الصحف المصرية سواء القومية أو الحزبية بان تبرز أهم الاخبار الرياضية سواء المحلية أو العالمية في صدر صفحاتها وبالعناوين الكبيرة

وتحصص لها مساحات كبيرة لتغطية هذه الاحداث . وادى ذلك الى استقطاب كبار الكتاب والمفكرين في المقالات والاعمدة في الكتابة عن هذه الاحداث الرياضية (٣٥ - ٣٣) .

كما قامت صحيفة الأهرام بتخصيص صفحة اسبوعية تحت اسم رياضات عالمية تقوم فيها بتغطية أهم الأخبار والاحداث العالمية في هذه الرياضيات .

وصحيفة الجمهورية قامت بتخصيص صفحة اسبوعية للرياضة في مراكز الشباب لتغطية أهم الأخبار والأنشطة الرياضية التي تقوم بتنظيمها هذه المراكز والقاء الضوء على أهم المشكلات والمعوقات التي تعرّض هذه المراكز في إداء رسالتها ومحاولتها تذليلها من خلال عرضها على الجهات المختصة أو المسئولة .

وصحيفة الاخبار قامت بتخصيص صفحتين للرياضة في الدول العربية تقوم من خلالها بتغطية أهم الاحداث والأخبار الرياضية في العالم العربي .

- وفي عام ١٩٩٦ أيضاً صدرت صحيفة صوت الرياضة وهي صحيفة اسبوعية تصدر حالياً نصف شهرياً مؤقتاً وتصدر عن دار ام. ام الموقف العربي للصحافة والنشر شهرية - قبرص - نيقوسيا وتوزع عن طريق دار اخبار اليوم وهي تقوم بنشر أهم الأخبار والاحداث الرياضية في مصر والتعليق عليها .

- في عام ١٩٩٧ صدرت صحيفة الصقر الرياضي وهي صحيفة اسبوعية تصدر حالياً نصف شهرياً مؤقتاً - قبرص نيقوسيا . وهي تقوم أيضاً بنشر أهم الاخبار والاحداث الرياضية في مصر والتعليق عليها .

المعنى الاصطلاحي لكلمة الصحافة: Press-Journalism

تستخدم كلمة الصحافة للدلالة على معينين - معنى مقابل لكلمة «Jouynalism» أي المهنة الصحفية .

ومعنى مقابل لكلمة «Press» أي مجموعة ما ينشر في الصحف والصحافة هي احدى وسائل الاتصال الرئيسية التي تعتمد على الكلمة المطبوعة لنشر الآراء والأخبار واعطاء المعلومات بالإضافة الى الترقية والتسلية مما يحدث اثراً في الفرد والمجتمع .

ويعتبر البعض ان المعنى الواسع للصحافة يشمل جميع وسائل الإعلام الحديث: الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما والمسرح والندوة والكتاب والنشرة والعرض.

أما المعنى الضيق لها فيقتصر على الصحف والمجلات.

ولقد عرفت المادة الأولى من قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ الصحافة بأنها:

سلطة شعبية تمارس رسالتها بحرية في خدمة المجتمع عبرها عن اتجاهات الرأي العام واسهاماً في تكوينه وتوجيهه بمختلف وسائل التعبير وذلك في إطار المقومات الأساسية للمجتمع والحفاظ على الحريات والحقوق والواجبات العامة واحترام حرمة الحياة الخاصة للمواطنين.

كما عرفت المادة الأولى من قانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ الصحيفة بأنها:

الجرائد والمجلات والنشرات وسائر المطبوعات التي تصدر باسم واحد بصفة دورية ويستثنى من ذلك المجلات والنشرات التي تصدرها الهيئات العامة والجمعيات العلمية والنقابات.

أهداف الصحافة الرياضية:

الإنسان كائن حي له حاجاته وعن طريق اشباع هذه الحاجات يمكن توجيهه إلى حياة سليمة ومن هذا المنطلق وضعت الصحافة الرياضية مجموعة من الأهداف (٢٦ - ١٣ ، ١٤) وهي كالتالي:

١- الأخبار والإعلام حيث تقوم بتزويد الجماهير بالأخبار الالازمة لها لتكون حكماً على الموضوعات العامة.

٢- التعليق على الآراء الرياضية.

٣- تعكس آراء الآخرين في الموضوعات والحدثات الرياضية والتعليق عليها من خلال عرض آراء القراء ووجهات نظرهم.

٤- التغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية وخاصة التي تشارك فيها مصر.

٥- التعريف بالابطال والمثاليين في المجالات الرياضية المختلفة والتركيز على الناشئين.

٦- توضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية.

٧- العمل على نشر الروح الرياضية والبعد عن التعصب والكراهية بين ابناء الوطن.

٨- التعريف بالقواعد والقوانين المختلفة للألعاب الرياضية.

٩- توعية وتنقيف الجماهير رياضيا.

١٠- التوجيه والارشاد للافراد والنوادى والهيئات والاتحادات الرياضية والجهات الحكومية والاهلية.

ولكى تتحقق الصحافة الرياضية اغراضها يجب ان تتميز بعض الصفات (٧٥ -

(٧٥) منها:

١- حسن اختيار افراد القسم الرياضى من تتوافر فيهم صفات الصحفي الرياضى الناجح.

٢- ان يكون المخبر أو الناقد أو المحرر الرياضى ذى ماضى رياضى ويفضل ان يكون من خريجى كليات التربية الرياضية بما له من دراية باللاعب والشئون الرياضية وقوانين الألعاب والروح الرياضية وتقاليدها. فالصحفى الرياضى يحس بأحساس الرياضيين بصفة خاصة والجمهور الرياضى بصفة عامة.

٣- تحرى الصدق وعدم التسرع فى كتابة ونشر الأخبار الرياضية.

٤- ان يكون الصحفي الرياضى موضوعيا فيما يكتب وان يصب كلامه عن الموضوع نفسه لغرض الوقاية والعلاج والاصلاح وتحقيق التقدم فى مختلف الميادين الرياضية وعليه ألا يتتأثر بأرائه وميوله واتجاهاته الشخصية.

- ٥- ان يقدر أهمية وخطورة رسالة الصحافة والمهمة التي يقوم بها.
- ٦- مساعدة القارئ على فهم دلالة الأخبار الرياضية وإدراك ما وراء هذه الأخبار.
- ٧- مساعدة الصحيفة نفسها على الاقتناع بالأخبار الرياضية بحيث تتمشى هذه الاخبار مع سياسة الصحيفة.
- ٨- العمل على نشر وعي صحفي رياضي في المجتمع وخاصة عن طريق نشر التعليقات التي تقييد القارئ والصحيفة في وقت واحد.
- ٩- التعليق المستفيض للعمل على حماية القارئ في بعض الاغراض الخبيثة بعض وكالات الانباء.

وظائف الصحافة الرياضية:

تحتختلف وظائف الصحافة الرياضية باختلاف الظروف الرياضية والاجتماعية والسياسية لكل مجتمع كما تختلف وظائف الصحافة الرياضية من فترة زمنية لفترة زمنية اخرى في نفس المجتمع ولكن يمكن تحديد أهم وظائف الصحافة الرياضية (٦٥ - ١٥: ١٩) وذلك كالتالي :

١- الأخبار والإعلام:

وذلك بتغطية الأحداث الرياضية بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقي وان تقدم الصحافة في نفس الوقت دائرة واسعة من المعلومات والمعارف والقوانين الرياضية ومن المبادئ الهامة في الخبر الموضوعية وعدم خلطه بالرأي وحتى لا تتحول عملية تغطية الأحداث الرياضية إلى عملية نشر لانصاف الحقائق والافتراطات فآفة الرأي الاهوى.

٢- الشرح والتفسير والتحليل:

وذلك حتى يمكن ان يقدم للأحداث أو الموضوعات الرياضية دلالاتها المختلفة ويساعد القراء على فهمها وادراكتها وتكوين وجهة نظر أو رؤية حولها

وهذا يتم من خلال وضع هذه الاحداث أو تلك الموضوعات الرياضية في البناء العام للاحداث ويستخدم اشكال صحفية مختلفة .

٣- النقد والتعليق وطرح الرأي:

وهذا يتوقف على مقدار الحرية التي تتمتع بها الصحافة الرياضية حيث تقوم بطرح كل الآراء التي تعكس مختلف الاتجاهات الرياضية في المجتمع الرياضي وتناول كافة القضايا والمشكلات الرياضية المثارة في هذا المجتمع .

وليس هناك رأياً صحيحاً وآخر غير صحيح ولكن هناك وجهة نظر أو رأى مبنياً على معلومات كاملة وسليمة وصحيحة ومن ثم يكون رأياً صائباً والعكس صحيح .

٤- تحقيق التكامل والترابط بين افراد المجتمع الرياضي:

حيث يمكن للصحافة الرياضية ان تكون أداة للتكميل والوحدة بين افراد المجتمع الرياضي بانتماءاتهم ورغباتهم في المشاركة في النهوض بالرياضة على جميع المستويات .

٥- نقل التراث الرياضي من جيل لآخر:

وذلك بتعريف الأجيال المختلفة بالبطال الرياضيين الذين اثروا المجتمع الرياضي بما حققوه من إنجازات رياضية هذا بالإضافة الى تعريف هذه الأجيال بالقيم والتقاليد الرياضية السائدة حتى يمكن المساعدة في عملية التنشئة الرياضية للأجيال القادمة .

٦- التوثيق والتاريخ:

باعتبارها وثيقة تاريخية من خلال تسجيلها للإحداث والواقع الرياضي المتلاحمه ومتابعتها بما يعين على فهم هذه الاحداث لمحاولة الاستفادة منها في النهوض بالرياضة .

٧- التسلية والترويح والترفيه:

حيث تقوم الصحافة الرياضية بالتخفيض عن القراء من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم بأساليب مناسبة تحقق لهم المتعة

والثقافة الرياضية وذلك من خلال نشر القصص الرياضية والكلمات المتقاطعة والمسابقات والألغاز الرياضية ونشر الصور الرياضية الطريفة والرسوم الكاريكاتيرية الساخرة وغير ذلك من الأشكال الصحفية .

-٨- تقديم الخدمات:

وذلك من خلال تقديم بعض المعلومات الرياضية والصحية التي تفيد القارئ فائدة مباشرة مثل تعريف القراء بمواعيد المباريات الرياضية وأماكن اقامتها والاعلان عن مواعيدها سواء في الاذاعة أو التليفزيون وأماكن انتظار السيارات في حالة مشاهدة المباريات من الملاعب وتقديم بعض الاستفسارات في مجال الطب الرياضي .

-٩- التنقيب عن الفساد وكشف الانحرافات:

حيث تقوم الصحافة الرياضية في المجتمعات الديمقراطية بدور الرقيب على الاندية والاتحادات والهيئات الرياضية المختلفة ومحاولة الكشف عن الانحرافات التي قد تحدث بها .

اذ تسعى الصحافة الرياضية الى التحري عن بعض القضايا الرياضية او بعض المواقف التي قد تحدث في المجتمع الرياضي خاصة جوانب الفساد ويساعدها على القيام بهذا الدور ما تتمتع به من حرية وما يوفره لها القانون من حماية عند تصديها لقضايا الانحراف في المجال الرياضي ضد بطش بعض المسؤولين أو بطش السلطات .

أنواع الصحافة الرياضية:

يمكن تقسيم الصحافة الرياضية إلى عدة أنواع وذلك حسب بعض المعايير (٦٥ - ٢١) والتي منها .

(١) دورية الصدور . (٢) التغطية الجغرافية .

(٣) المضمون . (٤) حجم التوزيع .

(٥) الشكل الفني للصحيفة . (٦) جهة الصدور .

أولاً: من حيث دورية الصدور:

- ١ - صحف رياضية يومية .
- ٢ - صحف رياضية أسبوعية .
- ٣ - صحف رياضية نصف شهرية .
- ٤ - صحف رياضية شهرية .
- ٥ - صحف رياضية ربع شهرية (كل ثلاثة شهور) .

ثانياً: من حيث التغطية الجغرافية:

ويقصد بها مدى الوصول الى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها أو على
مدى أوسع يشمل عدة دول وتنقسم إلى :

- ١ - صحف رياضية محلية حيث يغطيها محافظه مثلاً أو اقليم معين
وتهتم بالأخبار الرياضية في هذه المحافظة أو الاقليم وتبنيها للقضايا
والمشكلات الرياضية في هذا الأقليم للتوصيل الى الحلول المناسبة لها .
- ٢ - صحف رياضية قومية وهي التي توزع على جميع الأفراد في الدولة دون
انتماء لإقليم أو محافظة معينة وتهتم بتغطية الأخبار الرياضية التي تحدث
في الدولة ككل كما تهتم ببعض الأخبار الرياضية العالمية والدولية .
- ٣ - صحف رياضية دولية : وهي صحف رياضية قومية تصدر طبعات خاصة
لتوزع خارج الدولة نفسها .

ثالثاً: من حيث المضمون:

- ١ - صحف عامة: وهي الصحف التي تجمع بين المضمون العام والمتنوع
وتكون الرياضة احد صفحاتها حيث انها تشتمل على صفحات للادب
والاقتصاد والسياسة والدين وغير ذلك والتي يتم توجيهها الى الجمهور
بصفة عامة .

٢- صحف رياضية عامة متخصصة: وهي صحف جمهورها عام وغير متخصص من حيث خصائصه وسماته ولكنها تركز على الاخبار والقضايا الرياضية في المجتمع وتعالجها بأسلوب يتسم بالبساطة والوضوح ليخاطب جمهور غير متخصص في المجال الرياضي وتستخدم اللغة الصحفية البسطة ويبعد عن التراكيب والمصطلحات العلمية الرياضية الدقيقة التي قد لا يفهمها غير المتخصصين في المجال الرياضي.

٣- صحف رياضية متخصصة: وهي صحف لها جمهورها الخاص من المتخصصين علميا في المجال الرياضي (الأكاديمي) ويغلب عليها اسلوب الدراسات والبحوث وتستخدم الاسلوب العلمي المباشر وتنشر المصطلحات العلمية المتعارف عليها بين المتخصصين في المجال الرياضي (الأكاديمي).

رابعاً: من حيث حجم التوزيع:

١- الصحف الرياضية الجماهيرية أو الشعبية: وهي ذات التوزيع الضخم وتكون رخيصة الثمن وتركتز على الموضوعات الرياضية التي تهم القارئ العادي وتخاطب عواطفه معتمدة في ذلك على الاسلوب السهل في الكتابة وتهتم في اخراجها بعوامل الجذب والاثارة الملفتة للنظر.

٢- صحافة النخبة أو المحافظة: وهي صحف رياضية تتحرى الدقة والموضوعية في تناولها للأخبار والاحاديث الرياضية وتحايل إلى الازان في معالجة ذلك وتركتز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الرياضية الجادة ويكون توزيعها أقل لكن مستوى مادتها الرياضية اعمق وتهتم بالاحاديث الرياضية الدولية وغالبا ما تكون مرتفعة الثمن مقارنة بالصحف الأخرى. ورغم ان توزيعها أقل الا ان تأثيرها قد يكون أكبر نظرا لانها تتوجه الى الصفة في المجال الرياضي وتخاطب عقولهم.

خامساً: من حيث الشكل الفنى للصحيفة:

(١) الجريدة الرياضية Journal

(٢) المجلة الرياضية Magazine

وتتفق الجريدة الرياضية والمجلة الرياضية في انهما يصدران دوريًا إلا أن هناك مجموعة اختلافات بينهما من حيث :

أ- الشكل أو الحجم الذي تصدر به الجريدة الرياضية أو المجلة الرياضية فالجريدة الرياضية عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف تأخذ الأشكال التالية :

- الحجم الكبير Standard size حيث يتراوح طول الصفحة بين ٥٣ : ٥٦ سم والعرض ما بين ٤١ : ٤٣ سم عدد الأعمدة ٨ أعمدة اتساع العمود من ٤,٥ : ٥,٥ سم.

- الحجم النصفي Tobloid Size: الطول ٤١ : ٤٣ سم وهو نفس عرض الصحيفة العادية والعرض ٢٨ : ٣٠ سم أما عدد الأعمدة ٥ أعمدة. وهناك حجم وسط غير شائع الاستخدام.

في حين أن المجلة الرياضية تصدر في عدد أكبر من الصفحات ذات غلاف يضم هذه الصفحات وتتنوع أحجامها بين الحجم الكبير أو الحجم المتوسط أو الحجم الصغير (حجم الجيب).

ب- دورية الصدور: الجرائد الرياضية لا تزيد دوريه صدورها عن أسبوع في حين المجلة الرياضية لا تقل دوريه صدورها عن أسبوع.

وستستخدم كل منهما (الجريدة أو المجلة) الأشكال الصحفية الرياضية المختلفة وإن كانت الجرائد الرياضية تركز غالباً على ماذا حدث؟

اما المجلة الرياضية فتركز على لماذا حدث؟ وكيف حدث؟ أي ان المجلة الرياضية تميل الى مزيد من العمق في معالجتها الصحفية كما تسمح دورية الصدور الاطول نسبياً في المجلة بإعطاء مزيداً من العناية والاهتمام فيها للصور

والالوان وتجويد عملية اخراجها واستخدام انواعا من الورق اكثر جودة من الذى تستخدمه الجرائد الرياضية .

سادسا: من حيث جهة الصدور:

١ - صحف الاندية الرياضية أو مراكز الشباب : وهى التى تصدر عن بعض الاندية أو مراكز الشباب والتى تقوم بتغطية مختلف الانشطة الرياضية التى يشترك فيها النادى أو المركز . وتكون لسان حال هذا النادى أو المركز وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الاحداث والقضايا الرياضية ويغلب عليها طابع صحافة الرأى .

٢ - صحف الاتحادات الرياضية: وهى التى تصدر عن بعض الاتحادات الرياضية حيث تقوم بتغطية نشاط الاتحاد فى اللعبة التى يقوم بالاشراف عليها وتكون لسان حال هذا الاتحاد والتى من خلالها يقوم بعرض افكاره واتجاهاته وسياساته وكذلك طرح رؤيته الخاصة لكافة الاحداث والقضايا الرياضية الهامة .

دور الصحافة الرياضية فى تكوين الرأى العام الرياضى:

من الخطأ أن نعتقد ان الصحافة الرياضية هي وحدها صانعة الرأى العام الرياضى في أي مجتمع فالاصلح من ذلك ان يقال ان الصحافة الرياضية تؤثر في الرأى العام الرياضي وتتأثر به في نفس الوقت .

وبعبارة أخرى ان الصحافة الرياضية تقود الرأى العام الرياضي وتنقاد له ولكن هذا لاينفى ان الصحافة الرياضية مازالت الى الان تعتبر من اقوى وسائل الإعلام الرياضية بل واقدرها على تكوين الرأى العام الرياضي .

وتؤثر الصحافة الرياضية في الرأى العام عن طريق الخبر تارة والتعليق أو العمود تارة وعن طريق الاحداث والتحقيقات الصحفية الرياضية تارة اخرى وعن طريق الصور والرسوم الكاريكاتورية اخر الامر .

ولذلك ينبغي ان تتبعى الصحافة الرياضية الصحة التامة فى نشر الخبر الرياضى غير ان الخطأ الكبير الذى قد تقع فيه بعض الصحف الرياضية هو الميل احيانا الى تحريف بعض الاخبار الرياضية وقد تبالغ فى هذا التحرير فتجعل منه تزييفا للخبر وفى هذا خطراً على الصحافة الرياضية من جهة وعلى القارئ من جهة اخرى .

ان أول ما ينبغي ان يحفظه المحرر الرياضى من المبادئ الصحفية هو المبدأ القائل بأن الخبر ليس ملكا للصحيفة ، وليس ملكا للرأى العام الرياضى ولكنه ملك للحقيقة فقط .

ومعنى هذا ان الصحيفة الرياضية ليست حررة فى ان تنشر الخبر بالطريقة التى تخلو لها ولكنها مقيدة بتحري الدقة والصدق والامانة والنزاهة فى نشر الأخبار الرياضية .

ان المقال الافتتاحى فى اى صحيفة رياضية هو الخبر الخاص بها ومن داخل هذا الخبر الخاص تتحدث الصحيفة الى قرائها وتأثير فى افكارها وميولهم بالطريقة الخاصة بها .

كما تعتمد الصحافة الرياضية الحديثة على الصور والرسوم فى التأثير داخل الرأى العام الرياضى ذلك ان الصورة تغنى عن مئات الكلمات التى يمكن ان تقال وكذلك الرسوم الكاريكاتورية تعد سلاحا قويا من اسلحة الصحافة الرياضية الحديثة فرسما واحدا من هذا الفن لصحفى يشيع جوا من السخط أو الرضا عن شيء معين أو شخصية معينة لا تستطيع فنون القول الصحفى كلها ان تفعله الا بعد جهد مضنى وكبير (١٥٣ - ١٥٤) .

الفصل الثامن

الصحافة الرياضية

- الخصائص التي يتميز بها الصحفي الرياضى
- التزامات الصحفيين وواجباتهم فى المجال الرياضى
- الالتزامات والمسئوليات المهنية
- الالتزامات والمسئوليات الأخلاقية
- الالتزامات والمسئوليات القانونية
- الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية
- المسئولية الجنائية فى الجرائم التى تكون سبباً للصحافة الرياضية
- مبادئ الصحافة الرياضية

الفصل الثامن

الصحفى الرياضى

إن مجال العمل للصحفى الرياضى واسع فكل رياضة لها قواعدها وقوانينها وارقامها القياسية وابطالها المشهورين والتى يجب ان يكون ملما بها .

هذا بالإضافة الى المame التام بكل العوامل النفسية والاجتماعية في المجال الرياضي ويسعى الى اماتة اللثام عنها كما يجب على الصحفي الرياضى ان يقوم بالعمل على تلاشى السلبيات التي قد توجد في المجال الرياضي كحوادث العنف التي تقع في الملاعب الرياضية وذلك بما يكتبه من مقالات وتعليقات وتحقيقات وغيرها من الفنون الصحفية .

كما ان هناك اهدافا تربوية عليا يتبعن على الصحفي ان يضع خططها ومن هنا يستطيع ان يطبق قواعد للحكم على الناس يسترشد فيها بذوقه في النقد .

ونتيجة لهذا عادة ما يكتسب الصحفي الرياضى جمهورا من القراء يحرص على متابعة ما يكتبه في الصحيفة وخاصة في وصفه للمباريات وتعليقه عليها وبالتالي لم تقم الصحافة الرياضية لمجرد امداد القارئ بالأخبار فقط بل أنها تتجاوز ذلك بكثير مما يزيد اهتمام القارئ بالصحافة الرياضية وحرصه على متابعة كل ما تتناوله (٢٦ - ١٨) .

الخصائص التي يتميز بها الصحفي الرياضى:

- ١ - ان يكون من مارسوا النشاط الرياضى حتى يستطيع أن يكون ملما بكافة التفاصيل الدقيقة حول قانون وفنون اللعبة التي يكتب عنها .
- ٢ - ان يكون دقيقا عند كتابته اسماء اللاعبين والحكام .

- ٣- لديه دراية عن تاريخ الألعاب المختلفة وتاريخ بلده الرياضى .
- ٤- ان يعمل على غرس القيم الرياضية الأصيلة من خلال كتاباته لكل القراء واللاعبين .
- ٥- ان يكون أول الحاضرين الى مكان المنافسة (الملعب) وآخر المنصرفين حتى ينقل الصورة كاملة للقراء .
- ٦- ان يعمل على نقل كافة التفاصيل والاحداث حتى يجعل القراء وكأنهم شاهدوا المباراة من الملعب (٢٤ - ١٥٠ : ١٥٢).
- هذا بالإضافة الى بعض الخصائص العامة التي يجب ان يتميز بها الصحفي الرياضى والتى منها :
- ١- الموهبة الصحفية .
 - ٢- المعايشة الصحفية للأحداث والأنباء .
 - ٣- القدرة على استكمال مادة التحقيق .
 - ٤- الثقافة العامة مع الاهتمام بفرع من فروعها .
 - ٥- الهوائية والحماس (٦٥ - ٢٣ ، ٢٤).

وحتى يمكن للصحافة الرياضية من اداء مهمتها أو الاهداف التي وضعت من اجلها فانه يمكن الاستعانة بخريجي كليات التربية الرياضية للعمل بالصحافة الرياضية خاصة بعد وضع مادة الإعلام الرياضي ضمن المتطلبات الدراسية لخريجي كليات التربية الرياضية وفقاً للائحة الجديدة التي قامت بتطبيقها بعض الكليات الان وتعتبر كلية التربية الرياضية ببورسعيد هي الكلية الرائدة في ذلك حيث قامت بتطبيق هذه اللائحة في العام الدراسي ١٩٩٤/٩٣ في حين قامت كلية التربية الرياضية بنين بالقاهرة - جامعة حلوان بتطبيق هذه اللائحة في العام الدراسي ١٩٩٧/٩٦ .

هذا بالإضافة إلى فتح مجال الدراسات العليا لهؤلاء الخريجين للحصول على دبلوم الدراسات العليا في الإعلام الرياضي .

والتي تتضمن خطة الدراسة بهذا الدبلوم المقررات الدراسية والتي يوضحها

جدول (١)

جدول (١)

*** خطة الدراسة لدبلوم الدراسات العليا في الإعلام الرياضي ***

بكلية التربية الرياضية ببورسعيد جامعة قناة السويس

العنوان	النوع	النحو	النحو	النحو	النحو	المقررات الدراسية	م
٣ س	٢٠٠	١٤٠	٦٠	٤		مدخل إلى الإعلام الرياضي	١
٣ س	٢٠٠	١٤٠	٦٠	٤		تطبيقات في الإعلام الرياضي	٢
٣ س	١٠٠	٧٠	٠٣٠	٢		الثقافة الرياضية	٣
٣ س	١٠٠	٧٠	٣	٢		مبادئ الاتصال	٤
٣ س	١٠٠	٧٠	٣٠	٢		سيكولوجية الإعلام الرياضي	٥
	٧٠٠			١٤		الاجمالي	

التزامات الصحفيين وواجباتهم في المجال الرياضي:

إلى جانب ما يتمتع به الصحفيون في المجال الرياضي من حقوق وضمانات عليهم أن يتزموا في المقابل بمجموعة من المسؤوليات والواجبات اثناء ممارستهم لهنّا تمثل في أربعة أنواع (٦٥ - ٨٥ : ٨٨) .

* اللائحة الداخلية لكلية التربية الرياضية ببورسعيد - جامعة قناة السويس - قرار وزاري رقم ٢٥٥ بتاريخ ١٩٩٣/٣/١٣

- ١- التزامات ومسئوليّات مهنيّة .
- ٢- التزامات ومسئوليّات اخلاقية .
- ٣- التزامات قانونيّة .
- ٤- التزامات ومسئوليّات اجتماعية .

أولاً: الالتزامات والمسئوليّات المهنيّة للصحفيّ الرياضيّ والتى تتمثل في:

- ١- نقل الأخبار الرياضية دون تحرير أو تشويه وذكر الحقيقة من غير مراوغة أو تستر لا مبرر له .
- ٢- الالتزام بالموضوعية والصدق في تناوله للاحبار الموضوعات والقضايا الرياضية .
- ٣- الحرص على العمل من أجل التدفق الحر والمتوازن للإعلام .
- ٤- التتحقق من صدق الخبر وصحته وعدم نشر معلومات زائفة أو غير مؤكدة أو لأهداف دعائية .
- ٥- احترام اسرار المهنة والحفاظ عليها والالتزام بعدم التصريح بالاطلاع على معلومات معينة الا للمصرح لهم بذلك .
- ٦- الحصول على موافقة الشخص الذي يتم تخزين المعلومات عنه عدا في الحالات التي ينص عليها القانون صراحة كالأمن القومي والإجراءات الجنائية .

ثانياً: الالتزامات والمسئوليّات الأخلاقية للصحفيّ الرياضيّ:

- ويقصد بها المسئوليّات المتعلقة بمدى الالتزام بأخلاقيّات المهنة والتى تتمثل في :
- ١- التزام الصحفيّ الرياضي بمستوى اخلاقي عال ويحيث يتمتع بالنزاهة ويمنع عن كل ما يسىء لهاته كأن يكون دافعه للكتابة مصلحة شخصية على حساب الصالح العام أو منفعة مادية .
 - ٢- ومن خلال الاطار السابق على الصحفيّ الرياضي ان يتمتع عن العمل تزويد بعض الجهات بالمعلومات لحساب جهة أخرى أو القيام بأعمال التجسس لحساب هذه الجهة تحت ستار واجباته المهنيّة .

- ٣- احترام كرامة البشر وسمعتهم .
- ٤- عدم التعرض للحياة الخاصة للافراد الرياضيين أو جعلها بنائى عن العلانية .

ثالثا: الالتزامات القانونية للصحفى الرياضى:

- ويقصد بها مجموعة الالتزامات التى يفرضها القانون على المهنيين ويعاقبهم جنائيا فى حالة مخالفتها وهى كالتالى :
- ١- الالتزام بأحكام القانون .
 - ٢- الامتناع عن التشهير أو الاتهام الباطل والقذف والسب .
 - ٣- عدم انتهاك اراء الغير ونسبها إلى نفسه .
 - ٤- عدم التحرىض على أى عمل غير قانونى ضد أى شخص أو مجموعة من الاشخاص فى المجال الرياضى .
 - ٥- عدم نشر أى أمور من شأنها التأثير فى سير العدالة حتى توفر الضمانات للمتهمين والمتقاضين فى محاكمة عادلة أمام قاضيهم الطبيعي فلا يجوز محاكمةهم على صفحات الصحف الرياضية قبل حكم القضاء .
 - ٦- الامتناع عن نشر انباء جلسات المحاكم السرية أو التحقيقات التى تجريها الاندية والاتحادات الرياضية لبعض الافراد فى المجال الرياضى .

رابعا: الالتزامات والمسئوليات الاجتماعية للصحفى الرياضى:

- ويقصد بها المسئوليات التى يقبل الصحفى الرياضى طوعاً الالتزام بها لاحساسه بمسئوليته الاجتماعية تجاهها والتى تمثل فى :
- ١- ان يتصرف الصحفى الرياضى بشكل مسئول اجتماعياً ويحترم مسئوليته ازاء الرأى العام الرياضى وحقوقه ومصالحه .
 - ٢- احترام حقوق الافراد فى المجال الرياضى واقرار التعاون بينهم .
 - ٣- عدم الخضر على الكراهية القومية أو العرقية فى المجال الرياضى والتى تشكل تحريضاً على العنف أو التعصب .

٤- الامتناع عن نشر الموضوعات التي تحرض على الاجرام والانحراف وتحبذ المخدرات وما إلى ذلك .

٥- الالتزام بالقيم الرياضية المقبولة للمجتمع الرياضي .

٦- مراعاة مسئوليته تجاه المجتمع الرياضى الدولى فيما يتعلق باحترام القيم التي ينص عليها الميثاق الرياضي الدولى .

المسئولية الجنائية فى الجرائم التي تكون سببها الصحافة الرياضية:

١- لايجوز القبض على الصحفى الرياضى بسبب جريمة من الجرائم التي تكون الصحافة الرياضية سببها الا بأمر من النيابة العامة كما لايجوز التحقيق معه أو تفتيش مقر عمله لهذا السبب إلا بواسطة أحد اعضاء النيابة العامة ويجب على النيابة ان تخطر مجلس النقابة العامة للصحفيين قبل اتخاذ اجراءات التحقيق مع الصحفى بوقت كاف .

٢- يعاقب الصحفى الرياضى على القذف اذا وقع بطريق النشر بالحبس مدة لا تزيد عن سنة وبغرامة لاتقل عن خمسة الاف جنيه مصرية ولا تزيد على خمسة عشر الف جنيه أو باحدى هاتين العقوبتين .

٣- يعاقب الصحفى الرياضى بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لاتقل عن خمسة الاف جنيه مصرية ولا تزيد على عشرين الف جنيه أو باحدى هاتين العقوبتين كل نشر بسوء قصد باحدى الطرق المنصوص عليها في المادة (١٧١) من قانون العقوبات اخبارا أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو اوراقا مصطنعة أو مزورة أو منسوبة كذبا الى الغير اذا كان من شأن ذلك تكدير السلم العام أو اثارة الفزع أو الحاقضر بالصالحة العام (٦٠ - ١٣) .

هذا وتعد اعمال العنف أو الشغب التي تحدث في الملاعب الرياضية والتي تكون الصحافة الرياضية سببا فيها أو المحرضة لها والتي تكون من نتيجتها الاضرار بالأفراد والمنشآت الرياضية العامة بل والمنشآت والممتلكات الخاصة التي قد تتمد إليها أعمال العنف خارج اسوار الملاعب هذا من شأنه يستوجب تطبيق المادة السابقة .

مبادئ الصحافة الرياضية

لكى يتمكن الصحفى الرياضى من ممارسة مهنته على قواعد عادلة وسليمة عليه أن يتبع المبادئ الصحفية التالية (٢٣٧ - ٥٤ ، ٢٣٨) :

- ١- المسئولية:** لا توجد وسيلة لاجتذاب القراء الى الصحافة الرياضية والمحافظة عليه كقارئ سوى تفانيها فى خدمته والعمل على رفاهيته وكذلك مساحتها فى رعاية مصالحه وهذا يحملها مسئولية كبيرة هذه المسئولية توزع على كافة العاملين فيها . والصحفى الرياضى الذى يستخدم امكاناته لتحقيق منفعة شخصية لا يكون محل ثقة أو تقدير من جانب العاملين معه فى الحقل الصحفى ومن جانب جمهور القراء أيضا .
- ٢- حرية الصحافة:** حيث يجب المحافظة على حرية الصحافة الرياضية باعتبارها جزء من الصحافة العامة وكذلك باعتباره حق من حقوق الإنسان وهذا الحق يقرره القانون للأفراد بدون استثناء وعلى الصحفي الرياضى الذى يتمتع بحرية العمل فى المؤسسات الصحفية ان يقرنها بمسئولياته كمواطن اقسم اليمين باحترام الدستور.
- ٣- استقلال الصحافة:** الصحافة الرياضية باعتبارها جزء من الصحافة العامة حرية من كل قيد ولا لها للجمهور فلا يجوز للصحافة الرياضية ان تتبنى موضوعا خاصا ضد مصالح هذا الجمهور مهما كان السبب لأن هذا العمل يتعارض مع الامانة الصحفية مع ضرورة الالتزام بإياضحة مصادر الاخبار التى تستقيها منها .
- ٤- الولاء والصدق والذمة:** ان الثقة المتبادلة بين القراء والصحيفة هي اساس الصحافة الناجحة وعلى اساس هذا المبدأ يكون من واجب الصحافة الرياضية قول الحق ولا عذر لها فى مجابهته بحججة عدم العلم بالخبر كاملا أو تقصير مراجعتها له ، وكذلك يجب ان يكون العنوان الرئيسي لأى موضوع متماشيا مع مضمون هذا الموضوع .

٥- عدم التحيز: حيث يجب ان تفرق ما بين الخبر والرأى فالأخبار عادة ما تكون خالية من وجهات النظر مجرد من الرأى أما التعبير عن الرأى فله مكانة فى بعض الفنون الصحفية الاخرى كالمقالة التى تحرر وتوقع دفاعا عن وجهة نظر معينة أو قضية معينة تهم جمهور القراء وتشغل بالرأى العام الرياضى .

٦- الصراحة فى القول: حيث لا يجوز للصحافة الرياضية ان تنشر اتهامات غير رسمية تمس سمعة بعض الافراد فى المجال الرياضى دون ان تعطى الفرصة للمتهم من ابداء دفاعه كخبر رشوة بعض الحكام . وقد جرت العادة ان تعطى الصحافة الرياضية فرصة للمتهم فى جميع احوال الاتهام التى لايتناولها القضاء للدفاع عن نفسه . كما لا يجوز للصحافة الرياضية ان تهاجم المشاعر الشخصية للافراد فى المجال الرياضى بدون التأكد من ان هذا من حق المجتمع الرياضى وفضول الناس . كما انه من الواجب على الصحافة الرياضية ان تصحيح اخطاءها فورا مهما كان مصدرها .

٧- قواعد اللياقة: حيث لا يجوز للصحافة الرياضية ان تسرف فى نشر تفاصيل الجرائم التى قد تحدث فى المجال الرياضى لأن رسالتها اسمى من ان تتعرض لنشر كل ما يتعلق بالجرائم وسوء السلوك .

الشروط التي يجب توافرها للصحافة الرياضية للمساس بخصوصيات الافراد:

١- وقوع ظلم على الأفراد:

فعندما يقع ظلم من صاحب الخصوصية على فرد من الافراد وجب عليه افشاء ذلك على الرغم مما فى ذلك من اساءة لصاحب الخصوصية واظهار لامور قبيحة فى المجتمع .

ومثال ذلك عندما افشت احدى الصحف بامريكا حادث اغتصاب الملاكم العالمى مايكل تايسون بطل العالم فى الملاكمة للوزن الثقيل لأحدى الفتيات .

* ورقة عمل قدمها د. ماجد الحلو إلى مؤتمر الحق فى حرمة الحياة الخاصة الذى نظمته كلية الحقوق جامعة الإسكندرية عام ١٩٧٨ .

وكذلك لو ظلم أحد رؤساء الاندية أو الاتحادات الرياضية مرؤسيه وترك رعاية شئونهم وتفرغ لاشباع نزواته واطماعه جاز لهم بل وجوب عليهم فضح امره وسحب الرئاسة منه وليس هذا حق القانون فقط فاذا كان الاسلام يحرم الجهر بالسوء كقاعدة عامة فانه جعل للمظلوم استثناء من هذه القاعدة وذلك لرد الظلم الذي وقع عليه.

فيقول الله تبارك وتعالى :

﴿لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرُ بِالسُّوءِ مِنَ الْقُولِ إِلَّا مَنْ ظُلِمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلَيْهَا﴾ *.

٢- الاستناد إلى ادلة مشروعة:

حيث يجب عدم افشاء خصوصيات الأفراد والمساس بسمعتهم أو الاساءة الى مكانتهم امام الاخرين بغير ادلة مشروعة تثبت صحة الادعاء محل النشر أو الاعلام .

فاتهام الاخرين بما قد يسىء اليهم عبثاً أو افتراه بغير دليل صحيح غير جائز قانوناً .

وقد يشكل هذا جريمة قذف في القانون الجنائي يعاقب عليها أما في الشريعة الإسلامية فمن حق المظلوم ان يجهر بالسوء طلباً للحق وإن افتقد الدليل امام الناس مادام يرى نفسه صادقاً امام الله عز وجل .

كما يجب أن تكون ادلة الادعاء مشروعة فلا يكفي ان تكون الواقعه صحيحة ولو حدثت الواقعه موضوع النشر أو الإعلام في مكان خاص كمنزل صاحبها مثلاً وتم معرفتها عن طريق التلصص أو التجسس أو تم وضع أجهزة أو كاميرات تسجيل سرية في الأماكن الخاصة أو عن طريق القهر أو العنف كاقتحام البيوت بغير إذن مقبول ، فإن الأدلة المقدمة بشأنها يجب الا يعتمد بها وذلك بخلاف الحال اذا وقع الحدث في مكان عام من حق الاخرين التواجد فيه كالنادي مثلاً أو في مكان خاص تم الاتصال به بطريق مشروع .

* سورة النساء الآية رقم ١٤٨ .

٣- تحقيق فائدة من الإعلام أو النشر

الأصل ان الجهر بالسوء من خصوصيات الافراد محظور نشره أو اعلامه نظراً لضرره وما يمكن ان يؤدى إليه من شيوع الرذيلة في المجتمع ولا يسمح بالخروج على هذا الأصل الا استثناء اذا وجد المبرر لهذا الاستثناء وهذا المبرر يتمثل في الفائدة التي يمكن ان تعود على الفرد المظلوم او الجماعة كلها من النشر أو الإعلام المتصل بهذه الخصوصية وهذه الفائدة قد تمثل في رد الظلم عن المظلوم بمساعدة الآخرين الذين تم إعلامهم سواء كانوا مسئولين بالأندية أو بالاتحادات الرياضية أو بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة والذى قد يتمثل في رئيس هذا المجلس رئيس الوزراء بحكم منصبه .

وقد تجسد أيضاً في رفع الظلم عن نادى أو مركز شباب من جراء قيام أحد الطغاة أو المترفين برئاسته وقد يكون رفع الظلم عن هذا النادى أو ذلك المركز بازاحة صاحب الخصوصية (رئيسه) عن منصبه وسحب الثقة منه اذا كان قد ترك هذا المنصب ولو بالوفاة وليس صحيحاً فيما نرى انه يحرم ذكر مساوى الميت مطلقاً امثالاً لقول رسول الله ﷺ: «اذكروا محسنـ موتاكم»*.

فهذا الحديث يتعلق بموتى الافراد من احاد الناس ولا يقصد موتى الافراد من ولادة الأمور (مسئولين بالأندية بالاتحادات الرياضية بالمجلس الأعلى للشباب والرياضة) فسيره ولاده الأمور يجب ان تذكر بصدق احقاقاً لحق التاريخ واستنباط العبر والمواعظ منها وللاستفادة منها في تنظيم مستقبل الجماعة وعدم تكرار الواقع في الاخطاء والمحاذير .

* رواه ابو داود والترمذى وقال: حديث حسن .

الفصل التاسع

مجلة تحريرية رياضية؟

- هدف الصفحة الرياضية
 - خصائص الجمهور المستهدف
 - السياسة التحريرية للصفحة الرياضية
 - المساحة المخصصة للصفحة الرياضية
 - الكوادر الصحفية الرياضية المتخصصة
 - تنفيذ الصفحة الرياضية
- كيف تصدر صفحة أو مجلة رياضية متخصصة؟**

- خطوات ما قبل الاصدار
- خطوات الاصدار نفسها

الفصل التاسع

كيف تعدل صفحة رياضية متخصصة؟

عند قيام هيئة التحرير في أي صحفة أو مجلة بالتفكير في إعداد صفحة باضية متخصصة لابد من الاجابة على التساؤلات الآتية:

- ١ - ما هو الهدف من إعداد هذه الصفحة؟
- ٢ - ماهى خصائص الجمهور المستهدف؟
- ٣ - ماهى السياسة التحريرية التي تتبعها الصفحة؟
- ٤ - ما هو حجم المساحة المخصصة للصفحة؟
- ٥ - هل يمكن التنوع في نشر موضوعاتها؟ (٤١ - ٨٢).
- ٦ - هل هناك كوادر صحفية متخصصة رياضياً؟

وللإجابة على هذه التساؤلات يمكن وضعها في صورة نقاط وذلك كالتالى:

أولاً: هدف الصفحة الرياضية:

عند القيام بتنفيذ صفحة متخصصة في مجال معين في أي جريدة أو مجلة لابد وان يكون لها هدف معين ومحدد ومن ثم تعمل هذه الصفحة على تحقيقه وبالتالي فان الصفحة الرياضية المتخصصة لابد وان يكون لها هدف محدد واضح وملوم وخاصة في ذهن القائمين على تنفيذها أو تحريرها فقد يكون هذا الهدف الترويج أو الترفية أو قد يكون للتشريف الرياضى أو التوعية الرياضية أو قد يكون للأخبار أو قد يكون مجرد تقديم الخدمة العامة في المجال الرياضي وغير ذلك من الأهداف وفي ضوء هذا الهدف تبني هيئة تحرير هذه الصفحة جهودها من أجل تحقيقه .

ثانياً: خصائص الجمهور المستهدف:

عند التخطيط لإعداد صفحة رياضية متخصصة لابد من دراسة خصائص الجمهور المخاطب أو الجمهور المستهدف للتعرف على اهتماماته واحتياجاته ورغباته واللغة الصحفية التي تتناسب معه حتى يمكن اختيار الموضوعات الرياضية التي يمكن ان تقدم له وكذلك اختيار اسلوب المعالجة الذي يتناسب معه وبالتالي يمكن من خلال ذلك اشباع رغباته وميوله واحتياجاته بما يضمن زيادة قاعدة القراء والمهتمين بهذه الصفحة بل واستمرار متابعتهم لما تقدمه هذه الصفحة من موضوعات رياضية مختلفة.

ثالثاً: السياسة التحريرية للصفحة الرياضية:

إن الصفحة الرياضية في أي جريدة أو مجلة لا تعمل من فراغ بل لابد وان يكون لها سياسة تحريرية معينة تميزها عن غيرها فقد يكون للصفحة اتجاه معين تتلزم به وتعمل على تأييده أو قد تكون لسان حال جهة أو هيئة أو مؤسسة رياضية معينة تعبر عن رأيها في مختلف القضايا الرياضية المطروحة على الساحة الرياضية. كصحافة الاندية أو الاتحادات الرياضية أو قد تكون محايضة لاتنتهي إلى جهة أو فئة معينة. وفي ضوء ما سبق تكون سياسة الصفحة التحريرية هنا إما معتدلة أو متطرفة - أو قد تكون مثيرة أو قوية أو سيغلب على طبيعة الصفحة المعالجة السطحية أم المعالجة المعمقة أم سيكون في سياستها التركيز على الجانب الاخباري أم التنوع في استخدام الاشكال الصحفية في معالجة الموضوعات والقضايا الرياضية المطروحة. وفي ضوء ما سبق أيضا تحدد السياسة التحريرية للصفحة الرياضية ما اذا كانت ستشارك بالرأي في هذه القضايا أم لا أو سوف يقتصر دورها على مجرد اداء واجبهما الاخباري فقط.

رابعاً: المساحة المخصصة للصفحة الرياضية:

إن المساحة المحددة أو المخصصة للصفحة الرياضية تمثل الحدود التي يمكن لهيئة تحرير هذه الصفحة التحرك في اطارها فكلما زادت المساحة المخصصة لها

كلما امكن توظيف هذه الصفحة في تقديم خدمة صحفية متميزة فستعدد موضوعاتها واسكالها الصحفية بل يمكن التوسع في معالجة هذه الموضوعات من خلال هذه الاشكال كما انها تتيح الفرصة لتشييد هذه الاشكال وأيضا كلما زادت المساحة المخصصة لها كلما امكن التوسع في استخدام عناصر الابراج والاباز بشكل جيد وكذلك استخدام العناصر التيوغرافية كالصور والرسوم والجداول والاشكال وغير ذلك بشكل يضفي على الصفحة الرياضية التميز والاثارة.

خامساً: التنوع في موضوعات الصفحة الرياضية:

ومعنى ذلك ان هيئة تحرير هذه الصفحة تحدد ما اذا كانت هذه الصفحة سوف تتتنوع في موضوعاتها الرياضية أم أنها سوف تقتصر على موضوع محدد، لأن مثلاً تقتصر موضوعاتها عن كرة القدم فقط أم أنها سوف تتناول كافة الألعاب والرياضات التنافسية وكذلك تحدد ما اذا كانت هذه الصفحة سوف تتتنوع في استخدام الاشكال الصحفية المختلفة أم أنها سوف يقتصر على اسلوب تحريرها شكل الخبر فقط أو شكل المقال أو شكل التحقيق، وكذلك أيضاً تحدد هيئة التحرير مدى امكانية استخدام كل العناصر التيوغرافية في تناولها للموضوعات الرياضية أم أنها سوف تقتصر على البعض أو جزء منها فكلما كانت الصفحة ذات موضوعات متنوعة وذات اشكال متعددة وأكثر استخداماً للعناصر التيوغرافية المختلفة كلما كانت الصفحة قادرة على جذب أكبر عدد من القراء وبالتالي يمكن لها تحقيق الكثير من الاهداف التي تسعى إليها.

سادساً: الكوادر الصحفية الرياضية المتخصصة:

وحتى يمكن للصفحة الرياضية من تحقيق اهدافها فلا بد من توافر الكوادر الصحفية الرياضية من محررين أو صحفيين متخصصين رياضياً لهم خبره ودرایة بال المجال الرياضي كخريجي كلية الإعلام أو كليات الآداب قسم الصحافة ومن مارسوا الرياضة التي يقوموا بالكتابة عنها، أو من خريجي كليات التربية الرياضية بعد تعديل لائحة الدراسة بها واصبحت مادة الإعلام الرياضي أحد مقرراتها

الدراسية الهامة* فمثل هؤلاء لهم القدرة على الكتابة الصحفية في صفحات الرياضية أقدر من غيرهم وبالتالي يضمن وصول المعلومة صحيحة من مصدرها الأصلي إلى جمهور القراء بما يساهم في زيادة توعية وتنقيف هؤلاء القراء رياضياً.

تنفيذ الصفحة الرياضية:

بعد الإجابة على التساؤلات السابقة بالإيجاب والاتفاق على ماجاء بها من نقاط يمكن البدء في تنفيذ الصفحة الرياضية وذلك في ضوء الخطوات الآتية:

١- تقسيم العمل بين هيئة التحرير التي ستتولى اصدار هذه الصفحة على اساس خبرة وكفاءة كل فرد فيها وقدرته في التوصل إلى مصادر المجال الرياضي الذي سيتولى الكتابة عنه.

٢- مراعاة ان يكون هناك في كل فرع أو تخصص رياضي فرد أو مجموعة افراد فريق عمل فكرة القدم مثلاً يختص بها فرد أو اثنين وكراة اليد كذلك وهكذا ومثلاً يوكل لفرد أو لمجموعة افراد القيام بالتحقيقات الصحفية أو يوكل لهم كتابة اعمدة أو مقالات معينة ثابتة وغير ذلك من الاشكال الصحفية التي يختص بها فرد أو مجموعة من الافراد تكون هي مهمتهم الأولى.

٣- تحديد موعد ثابت لاجتماع قد يكون يومي أو أسبوعي حسب دورية الصدور حيث يوضع من خلاله خطة الصفحة التالية الصدور والمواضيعات التي ستقتضي ومواعيد تسليمها.

٤- اختيار مكتب مراجعة للصفحة ومسئولي عنها تكون مهمة هذا المكتب القيام بإعادة الصياغة للموضوعات بما تتضمنه من تغيير في المقدمات والعناوين اذا اقتضى الأمر بينما تكون مهمة المسئول عنها ويطلق عليه احياناً رئيس القسم الرياضي ببعض الصحف تكون مهمته إدارية اذ يتولى تنسيق العمل في الصفحة والالتزام بالخطوط والمبادئ الصحفية التي تم الاتفاق عليها والاتصال بهيئة تحرير الصحفية ومدير تحريرها لتسليم المواد الصحفية أو القيام باختصار ما يلزم منها او تأجيل موضوعات معينة على

* لمزيد من التفصيل يمكن الرجوع إلى ص ١١٦، ١١٧ من هذا الكتاب ..

ضوء الأولويات التي تم الاتفاق عليها حيث يقوم بتطبيق نظرية حارس البوابة في ضوء نظرية أخرى من نظريات الإعلام وهي نظرية الأولويات*. .

٥- اختيار فرد يكون حلقة الوصل بين تحرير الصفحة الرياضية وبين سكرتير تحريرها الفنى هذا الفرد قد يكون المسئول نفسه (رئيس القسم الرياضى) أو فرد اخر تكون مهمته اقتراح الموضوع الرياضى الرئيسي والصور الفوتوغرافية والرسوم التي تصاحب كل موضوع وكتابة التعليق عليها وغير ذلك من الأمور التي يكون متفقاً عليها مسبقاً مع المسئولين عن الصفحة الرياضية (٤٣ - ٨٢).

كيف تصدر صحيفة أو مجلة رياضية متخصصة؟

عند التفكير في اصدارات صحيفية أو مجلة رياضية متخصصة لابد من اتخاذ عدة خطوات هامة والتي يمكن تقسيمها إلى (١٥٦ - ٦٥ : ١٥٤):

- ١- خطوات ما قبل الاصدار.
- ٢- خطوات الاصدار نفسها.

أولاً: خطوات ما قبل الاصدار:

حيث تكون هناك مجموعة من الخطوات التي يجب القيام بها والتي يمكن ايجازها في بعض النقاط وذلك كالتالي :

١- دراسة خصائص الجمهور الرياضى المستهدف وذلك للتعريف على اهتماماته واحتياجاته ورغباته حتى يمكن تقديم الخدمة الصحفية التي تتناسب معه .

٢- دراسة الصحف أو المجلات الرياضية المنافسة. للتعرف على جوانب الخدمة الصحفية التي تقوم بتقديمها هذه الصحف أو المجلات إلى

* لمزيداً من التفصيل يمكن الرجوع إلى الفصل الثاني ص ٣٨ : ٣٤

الجمهور وكذلك التعرف على جوانب الخدمة الصحفية التي اغفلتها
والتي يمكن للصحيفة أو المجلة التي نحن في صدد اصدارها بتغطيتها أو
تقديم بعض الخدمات الصحفية الموجودة ولكن بشكل أفضل بما يتناسب
واذواق الجمهور وحتى لا تكون هذه الصحيفة أو المجلة صورة مشابهة
للسheets والمجلات الرياضية الأخرى.

٣- تحديد الهدف من اصدار الصحيفة الرياضية أو المجلة فهل ستكون لسان
حال جهة معينة نادي مثلاً أو مركز أو اتحاد رياضي أم ستكون صحيفة أو
مجلة عامة وهل ستقوم بتغطية نشاط رياضي معين أو لعبة رياضية معينة
أم ستكون شاملة فتحديد الهدف خطوة هامة يتوقف عليها الكثير من
الخطوات.

٤- رسم السياسة التحريرية للصحيفة أو المجلة الرياضية بحيث لا تكون
مجرد تكرار للصحف أو المجالس الرياضية الأخرى فلابد أن تكون لكل
منها سياستها التحريرية المميزة التي تفرد بها عن الصحف أو المجالس
الرياضية الأخرى.

٥- وضع التصميم الاساسي للصحيفة أو المجلة الرياضية وذلك بما يتناسب
مع اهداف كل منها.

٦- اختيار النظام الانتاجي للصحيفة أو المجلة الرياضية.

٧- اختيار الكوادر الصحفية الرياضية المؤهلة اعلامياً ورياضياً وتوزيعها على
الأقسام الصحفية المختلفة بحيث يكون لكل نشاط رياضي لعبه رياضية
محرر أو أكثر متخصص فيها بحيث يمكنه القيام بالتجهيزات الصحفية المناسبة.

٨- الحصول على ترخيص قانوني للإصدار من المجلس الأعلى للصحافة.

٩- توفير التحويل اللازم ووضع الميزانية وحساب التكاليف.

١٠- توفير المقر المناسب للصحيفة أو المجلة وكذلك التجهيزات المختلفة
للإصدار.

- ١١- الاتصال بالمعزين وحثهم على الإعلان في الصحيفة أو المجلة للمساهمة في تمويل الصحيفة أو المجلة الرياضية.
- ١٢- وضع الهيكل التنظيمي للصحيفة أو المجلة وتحديد الوظائف وال اختصاصات وتحديد خط سير النص الصحفي وفقاً لذلك.
- ١٣- عقد الاتفاقيات مع وكالات البناء و مراكز الخدمة الصحفية و مراكز المعلومات و المراكز البحثية للاستفادة من خدماتهم.
- ١٤- التجهيز للحملة الإعلامية للصحيفة أو المجلة الرياضية وجداولتها وذلك بما يتيح لها من وسائل.
- ١٥- اصدار الأعداد التجريبية للصحيفة أو المجلة الرياضية وتقيمها للوقوف على جوانب القصور أو السلبيات بها ومحاولة تلافيتها وابعاد الحلول المناسبة لها.
- ١٦- تحديد الموعد النهائي لصدور العدد الأول.

ثانياً: خطوات الاصدار نفسها:

هذه الخطوات يمكن وضعها في صورة نقاط وفقاً للترتيب التالي:

- ١- تقسيم العدد الأول الصادر لمعرفة نواحي الضعف والقوة.
- ٢- التخطيط للعدد التالي.
- ٣- جمع المادة الصحفية الرياضية المكتوبة والمصورة.
- ٤- اعداد المواد المصورة (الكاريكاتيرية - رسوم يدوية - صور فوتوغرافية).
- ٥- تقسيم المادة الصحفية الرياضية التي تم جمعها وراجعتها واستكمال مايلزم منها.
- ٦- الاستعانة بقسم المعلومات لاستكمال مايلزم من مادة صحفية.
- ٧- كتابة المادة الصحفية الرياضية في اشكالها الصحفية المختلفة.
- ٨- جلب الاعلانات الصحفية وتحريرها واخراجها ووضعها في ماكيت خاص بها وارساله لقسم الاراج بالصحيفة.

٩- وضع تصور للاخراج الصحفى للصحيفة أو المجلة كتحديد الألوان والحداول والفوائل وتحديد البنيت أو الكور والصور والمساحات الخاصة بكل موضوع من الموضوعات الرياضية وتحديد موقع الاشكال الصحفية المختلفة وغير ذلك من المعالجات التبويغرافية المختلفة حتى يمكن رسم الماكين الخاص بالصحيفة أو المجلة الرياضية.

- ١- ارسال المواد الصحفية المكتوبة بقسم الجمع وتصحيحها ومراجعتها .
- ٢- ارسال المواد المصورة والرسوم الى قسم التصوير .
- ٣- القيام بعملية المنتاج أو التوضيب للوقوف على الشكل النهائى للصحيفة أو المجلة الرياضية .
- ٤- مراجعة عملية التصحيح والمراجعة والمنتاج .
- ٥- التجهيز للصفحات (التصوير - تجهيز اللوحات) .
- ٦- الطباعة باستخدام مايتوفر من مطابع خاصة أو من خلال الاستعانة بمطابع المؤسسات الصحفية الكبرى .
- ٧- التوزيع .
- ٨- التقييم وعملية التقييم هذه يجب ان تكون مستمرة بمعنى عقب صدور كل عدد يجب ان تتم هذه العملية .

الفصل العاشر

الخطيب في الصحف الرياضية

- أهداف التحرير الصحفي الرياضى
- قواعد تحرير المادة الصحفية الرياضية
- لغة تحرير الاشكال الصحفية الرياضية
- الانماط اللغوية التى يجب استخدامها عند تحرير الموضوعات الصحفية الرياضية .
- استخدام اللغة الفنية أو التصويرية
- استخدام المصطلحات الرياضية
- استخدام اللغة العامية
- حتمية الالتزام بمصطلحات اللعبة

الفصل العاشر

التحرير الصحفي الرياضي

التحرير الصحفي هو عملية اتصال جماهيرية متكاملة الاطراف ومستمرة يقوم فيها القائم بالاتصال المحرر الصحفي (المرسل) بجمع المعلومات الصحفية الرياضية ومعالجتها وصياغتها كرسالة (المضمون) وذلك في شكل أو قالب أو نمط صحفى مناسب هذا الشكل قد يكون خبر رياضى أو تعليق رياضى أو مقابل رياضى أو خبر رياضى ثم يرسل أو ينشر هذا المضمون الرياضى أو هذه الرسالة الرياضية من خلال وسيلة اتصال جماهيرية هي الصحافة الرياضية (جريدة أو مجلة) وذلك الى المستقبل (الجمهور المتلقى) لتحقيق الاهداف الرياضية التي تسعى الصحافة من أجل تحقيقها باعتبارها احدى وسائل الاتصال الرياضية الجماهيرية الهامة.

والتحرير الصحفي الرياضى بمفهومه الصحفي كخطوة من خطوات اصدار الصحفة الرياضية او المجلة الرياضية هو العملية اليومية او الاسبوعية حسب دورية الاصدار التي يقوم فيها المحرر الصحفي الرياضى بالكتابة الصحفية الرياضية او المعالجة الصحفية للمعلومات الرياضية التي جمعها من المصادر الرياضية المختلفة ووضعها في الاشكال او الانماط او القوالب الصحفية الرياضية المناسبة ثم المراجعة الدقيقة لها وإعادة صياغتها.

وعملية التحرير الصحفي الرياضى كعملية صحفية فنية وأيضاً كخطوة من خطوات اصدار الصحفة الرياضية يجب ان تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية فالمحرر الرياضى يكتب المادة في الشكل الذي اختاره بنفسه وقد يكتبه المحرر الرياضى ويراجعها المحرر الرياضى المسئول أى يحرر ما كتبه.

وقد تبدأ العملية وتنتهي مع المحرر الرياضي الذي يقوم بالعمليتين معا الكتابة والتحرير (٦٥ - ١٣٣ ، ١٣٤).

تعريف التحرير الصحفي الرياضى:

ان التحرير الصحفي الرياضى علم حادث في اللغة العربية ومازال الى اليوم لم يستكمل مقوماته العلمية بعد بالرغم من جهود الكثيرين في هذا المجال.

والحياة الرياضية في تغيير وتطور دائم في هذا العصر الذي يسمى بعصر ثورة المعلومات وفي ظل التقدم التكنولوجي في مجال الإعلام حيث تحول العالم إلى قرية تكنولوجية صغيرة ولهذا يجب أن يكون التحرير الصحفي الرياضي على هذا المستوى من التطور ومن المتعة والاستيعاب حتى يمكن اعداد الصحفي الرياضي القادر على مواجهة هذه التحديات.

لذا يمكن تعريف التحرير الصحفي الرياضي بأنه:

«فن تحويل الاحداث والافكار الرياضية وكذلك الخبرات والقضايا الرياضية إلى مادة صحفية رياضية مكتوبة والتي تتناسب والمستويات الثقافية لجمهور القراء من مثقفين إلى محدودي الثقافة الذي يقرأ ليفهم ويعرف» (٥ - ١٤).

فالاساس في فن التحرير الصحفي الرياضي هو الافهام أولا والتعريف بما يحدث في ارجاء العالم ثانيا وجذب القارئ وتسويقه للقراءة ثالثا ثم التأثير والارشاد والتوجيه رابعا.

وفن التحرير الصحفي الرياضي هو حجر الزاوية في تكوين الصحافة الرياضية أو اخراجها واساس نجاحها هذا بالإضافة إلى ان جودة التحرير الصحفي الرياضي في الصحافة الرياضية فنا ومادة وصياغة واسلوب، والدقة في تناولها والقدرة على تغطية جوانب الاحداث الرياضية في ابعادها المختلفة كل هذا يضمن لأى صحيفة رياضية القدرة على الاستمرار والبقاء والتطور والتوزيع وزيادة جمهور قرائها يوما بعد يوم [١٩ - ١٠].

وكلمة تحرير معناها إعداد كتابات الآخرين للنشر ومنها جاءت كلمة محرر

رياضي أو رئيس التحرير والمحرر الرياضي الناجح هو الذى ينجح فى الكتابة بلغة صحفية مناسبة وجيدة .

ما يجعل هذا النص الصحفى الرياضى خبراً كان أو موضوعاً لا يحتاج الى عملية تحرير جديدة تتضمن المراجعة وإعادة الصياغة مرة أخرى سواء بالحذف أو بالإضافة أو تغيير الأسلوب أو البناء الفنى للنص .

أهداف التحرير الصحفى الرياضى :

يهدف التحرير الصحفى الرياضى كعملية صحفية فنية وكخطوة من خطوات اصدار الصحيفة الرياضية الى تحقيق عددة اشياء منها :

- ١ - جعل النص الصحفى الرياضى (الخبر أو الموضوع الرياضى) يتناسب مع سياسة الصحيفة الرياضية .
- ٢ - تحرى الاخطاء التى قد ترد فى الحقائق والمعلومات الرياضية (قواعد وقوانين اللعبات أو الرياضيات المختلفة - الأرقام القياسية لبعض الألعاب الفردية - المصطلحات الرياضية) وتصحيحها .
- ٣ - جعل النص الصحفى الرياضى يتناسب مع المساحة المحددة لها .
- ٤ - تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفى الرياضى .
- ٥ - مراجعة النص الصحفى الرياضى من أجل التأكد من الموضوعية المنطقية .
- ٦ - تعديل لهجة النص الصحفى الرياضى عندما يتطلب ذلك .
- ٧ - جعل النص الصحفى الرياضى يستحوذ على اهتمام القارئ .
- ٨ - خلق نوع من الهمزونية والانسجام الاسلوبى بين النصوص الصحفية الرياضية المختلفة التى تنشرها الصحيفة الرياضية .
- ٩ - تسهيل عملية الاصدار الصحفى للصحف والمجلات الرياضية (٦٥ ، ١٣٤ ، ١٣٥) .

ولتحقيق اهداف التحرير الصحفى الرياضى يجب على المحرر الصحفى الرياضى القيام ببعض العمليات الآتية :

- ١ - التأكيد من دقة بيانات النص الصحفي الرياضي .
- ٢ - اختصار الكلمات أو الجمل أو الفقرات غير الضرورية .
- ٣ - إعادة صياغة النص الصحفي الرياضي كاملاً بهدف صقله لغويًا .
- ٤ - إعادة صياغة النص الصحفي الرياضي بهدف خلق نوع من الاتساق الأسلوبى .
- ٥ - حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الألفاظ التي تتسم بالصعوبة وضعف المقوئية .
- ٦ - حذف بعض الكلمات أو الجمل أو الفقرات التي قد تشكل جريمة تعاقب عليها قوانين النشر أو تتعارض مع الذوق العام أو التي تدعو إلى الفرقة أو التعصب الرياضي وتشجع على القيام بأعمال العنف داخل الملاعب الرياضية .
- ٧ - اختصار النص الصحفي الرياضي ليتناسب مع المساحة المحددة .
- ٨ - استكمال النص الصحفي الرياضي ببعض المعلومات والبيانات الرياضية بحيث يجعله يعطي كل جوانب الفكرة التي يقوم عليها هذا النص خاصة في الأخبار الرياضية والتحقيقات الصحفية الرياضية .
- ٩ - إعادة صياغة العناوين الخاصة بالنص الصحفي الرياضي سواء الرئيسية منها والفرعية وعنوان الفقرات مما يساعد على تحقيق مزيداً من الراحة البصرية والفكرية للقارئ (٦٥ - ١٣٥) .

قواعد تحرير المادة الصحفية الرياضية:

- ١ - الاستغناء عن الكلمات الزائدة كأدوات التعريف التي لازم لها وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها وكذلك الاستغناء عن الجمل الطويلة والمكررة .
- ٢ - استخدام الألفاظ البسيطة التي تميز بالصحة والوضوح ويفضل استخدام الكلمات القصيرة المألوفة .

- ٣- عدم استخدام صفة افعل في التفضيل لانها تقلل من دقة الخبر فمثلا عبارة مثير أكثر دقة من اكثر المباريات اثارة.
- ٤- ضرورة استخدام الفعل المضارع ولاسيما في العناوين وتجنب استخدام الالفاظ والعبارات التي تحمل معنيين أو التي تحتوى على تناقض لفظي ويفضل المبني للمعلوم عن المبني للمجهول الا ان استخدام المبني للمجهول أحيانا يضيف على الاسلوب قوة.
- ٥- تجنب استخدام الجمع المركب فمثلا الطريق تجمع طرق وليس طرقات وكذلك تجنب جمع اسماء الجنس لأن مفردها يؤدى معنى الجمع مثل المطر بدلا من الأمطار فيكتب مثلا المطر يؤجل مباراة الزمالك والأهلى اليوم.
- ٦- يجب استخدام الشنطة في مواضعها الصحيحة فمن الخطأ كتابة سار اللاعب على اقدامه إلى الملعب ولكن يكتب سار على قدميه.
- ٧- احترام قدسية الخبر الرياضى وان يكون خاليا من الرأى من خلال الالتزام بال الموضوعية عند تحرير هذا الخبر.
- ٨- لا يزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة على ٧٥ كلمة والا تزيد الفقرة عن اربعة جمل وقد تصل الى جملة واحدة في الفقرة والجمل الطويلة تسرب الملل إلى القارئ الامر الذي يجعله ينصرف عن قراءتها فيكتفى بقراءة العناوين.
- ٩- ان يتضمن السطر من ٣٠ : ٣٥ حرفا وان يقسم الموضوع الى عدة فقرات بحيث الا يطغى ذلك على وحدة الخبر ولا على ما فيه من تجانس وتأكيد، وتفضيل الجمل البسيطة القصيرة.
- ١٠- ان يتضمن الخبر بيانا سافرا او مضمرا للمصدر الذي استقى منه فالمحرر الرياضى يمكن له ان يذكر مصدر المعلومات صراحة او ان يترك المصدر مضمرا في الخبر او يتمدد اخفاء مصدر الخبر ليحمى فردا معينا او تكون له مزية اخبارية.

- ١١ - في حالة ذكر مصدر الخبر في جميع فقرات الخبر يجب ان ينقل كلام المصدر بنصه بين قوسين أو ينقل فحوى هذا الكلام دون حاجة إلى ايراده بين قوسين كما انه من المستحسن التغيير في الأسلوب عند نقل بعض الكلمات (قال، صرخ، اعلن، اذاع، اصر، اشار) الى غير ذلك.
- ١٢ - ترتيب الخبر ترتيبا حسنا منطقيا كان او زمنيا فيجب على المحرر الرياضى ان يحلل الاحداث الرياضية وان يربط بينها ليجعل منها قصة اخبارية مترابطة تدور حول محور رئيسى .
- ١٣ - استخدام المصطلحات الرياضية باللغة العربية بدلا من المصطلحات الاجنبية المعربة كالتسلى فى كرة القدم بدلا من الاو福سید او ضربة حرمة بدلا من فاول وغير ذلك من المصطلحات .
- ١٤ - استخدام علامات الوقف (الترقيم) لوضوح الاسلوب ولسهولة الفهم لدى القارئ كالنقطة الفاصلة وعلامات الوقف الاستدراكي (:) والفاصلة المنقوطة (؟) والشرطية (-) واقواس الاقتباس « » والمفردة () وكل منها وظيفة واسلوب فى الاستخدام .
- ١٥ - الاهتمام بذكر الاسم الكامل للشخص فى أول الخبر ولا مانع بعد ذلك من ذكر جزء من اسمه كما يجب الاهتمام بالألقاب العلمية والرياضية والمعرفية او غيرها لان هذه الألقاب تصبح مع الوقت جزء من شخصية حاملها فاذا كان الشخص لا يحمل لقبا فيمكن وصفة بالسيد اذا كان عربيا وما يقابلها اذا كان اجنبيا لان الخطأ فى ذلك قد يسبب خلطنا بين شخصيتين فهناك مثلا محمد رمضان اللاعب وهناك أيضا محمد رمضان المدرب فلا بد من ايضاح ذلك .
- ١٦ - مراعاة القواعد الخاصة بكتابة الأرقام الحسابية لتسهيل القراءة ويفضل كتابة الأرقام من واحد الى تسعة بالحروف وفيما عدا ذلك يكتب بالأرقام (٦٥ : ١٤٨) .

لغة تحرير الاشكال الصحفية الرياضية

لقد ولدت لغة الصحافة في احضان لغة الادب واستندت إليها ثم تطورت مع إدراك وفهم القائمين على الصحافة لخصائص هذه الوسيلة كوسيلة إعلام حتى ترسخت مقوماتها وتحددت سماتها وخصائصها واسلوبها (٨٥ - ١٥١).

واللغة هي نظام من الرموز وأى نظام لغوى يتكون من اصوات تكون كلمات تؤلف جملًا لاداء معنى.

الموضوعات الرياضية التي يتم تحريرها من خلال الاشكال الصحفية المختلفة هي نوع من الموضوعات الخفيفة التي تهدف إلى تسلية وتنقيف القارئ.

ولهذا نجد ان كتاب ومحرري الصحافة الرياضية يملكون حرية أكثر عند تحرير موضوعاتهم الصحفية مقارنة بغيرهم من الكتاب والمحررين في الأقسام الأخرى الصحفية.

وبذلك يمكن للصحافة الرياضية ان تقدم نماذج جيدة للتحرير الصحفي الرياضي بما يتناسب مع الهدف منها.

ولهذا يجب على الكاتب أو المحرر الرياضي ان يكون على درجة كبيرة من الابداع في استخدام اللغة حتى يستطيع ان يقدم مادة صحفية يفهمها الجمهور الذي يتطلع دائمًا إلى اسلوب ابداعي وخلقاني (٥١ - ٢٣٢).

كما يجب أيضًا ضرورة الحرص على البساطة والوضوح في لغة الكتابة الرياضية وذلك لأن النسبة الغالبة من قراء الصحافة الرياضية من محدودي الثقافة وان لم يمنع هذا من وجود قراء للصحافة الرياضية يتمتعون الى المستويات الثقافية والتعليمية المرتفعة لكن العبرة هنا بالاغلبية التي يكتب المحرر الرياضي لها فلهذا لابد من مراعاة قدراتها الثقافية.

ويعد «نجيب المستكاوى» رئيس القسم الرياضي بصحيفة الاهرام سابقاً أول من وضع لغة صحفية جديدة في الصحافة الرياضية والتي اخذتها عنه بقية الصحف والمجلات الرياضية بل وبقية وسائل الإعلام الرياضية في العالم العربي.

وأهم ما يميز لغة المستكاوى هو البساطة في التعبير وكثرة استخدام الألفاظ والمصطلحات والتركيبات اللغوية الشعبية مثل إطلاق لقب الدراويش على النادي الاسماعيلي والشوواكيش على الترسانة والعناتيل على نادي الزمالك والشياطين الحمر على النادي الأهلي وكذلك إطلاق اللقب على بعض اللاعبين مثل المجرى على اللاعب مصطفى عبده لتميزه بالسرعة، ووحش أفريقيا على حارس المرمى «اكرامي» لجرأته وقوته انقضاضه وبسالته في الدود عن مرماه ضد مهاجمي الفرق المنافسة وغير ذلك من المصطلحات والأسماء التي يطلقها على الاندية واللاعبين والتي تلقي قبولاً شعبياً من غالبية القراء.

ومن ناحية أخرى هناك بعض المحرريين الرياضيين قد يلجأون إلى أسلوب الاشارة في الكتابة الرياضية وخاصة في لعبة كرة القدم والتي تستحوذ على اهتمام غالبية جمهور الرياضي حيث تعد اللعبة الشعبية الأولى في معظم بلاد العالم وخاصة في العالم العربي حيث يستخدم هؤلاء المحرريين العناوين التي تعمل إيقاع الفرقة والتنافر بين جماهير الاندية الرياضية وبعضها.

وهو أسلوب خاطئ قد يتسبب في غرس التعصب في نفوس هذه الجماهير والعمل على تعميقه الذي قد يؤدي إلى عواقب وخيمة على الرياضة والرياضيين كنشوب احداث شغب أو العنف في الملاعب والتي تؤدي في احياناً كثيرة إلى اذهاق ارواح الكثير من الابرياء علاوة على تدمير المنشآت الرياضية من ملاعب وصالات والتي قد تقدر بالاف الجنيهات وبالتالي تصبح الرياضة وبالاً خطيراً على المجتمع.

ولكن هذا لا يعني أنه ليس من حق الصحافة ان تثير المنافسة بين الاندية وبعضها واللاعبين وبعضهم.

ولكن المنافسة شيء وأثاره التعصب والفتنة شيء آخر (٥٧ - ٩).

ولهذا يشرط في المحرر الرياضي الالامام باللغة المناسبة ومعرفة الشروط التي يجب مراعاتها عند تحرير الموضوعات الرياضية من خلال الاشكال الصحفية المختلفة والتي يمكن ابراز أهم هذه الشروط فيما يلى:

- ١- تجنب استخدام الالفاظ والكلمات العامضة أو غير المفهومة وذلك بما يتناسب مع القارئ العادى فالدقة والوضوح والبساطة هى السمات الرئيسية لتحرير الاشكال الصحفية الرياضية .
 - ٢- تجنب استخدام الفاظ أو كلمات يستخدمها كاتب أو محرر رياضى آخر حتى لا يشير استياء القارئ وفي نفس الوقت حتى تكون للكاتب أو المحرر الرياضى ذاتيته التحريرية التى تميزه عن غيره .
 - ٣- تجنب استخدام الالفاظ والكلمات غير المعبرة وكذلك الالفاظ التى تصور المنافسة بين اللاعبين وبعضهم أو بين الفرق وبعضاها على أنها حرب لابد من تحقيق الانتصار فيها .
 - ٤- تجنب استخدام الالفاظ والكلمات التى توحى بالتعصب أو التحيز وتشجع الجمهور على ذلك سواء كان هذا التحيز أو التعصب لفريق أو لاعب معين .
 - ٥- تجنب الافراط فى اطلاق بعض الصفات أو الالقاب على بعض اللاعبين كوصفه بأنه احسن لاعب أو أنه اللاعب البطل أو الهدف أو غير ذلك من الصفات والألقاب التى توحى بمهارة اللاعب وبطولته ما لم يكن قد وصف او حاز هذا اللاعب عليها بشكل رسمي مما قد يصيب بعض اللاعبين بالغرور وتكون بداية النهاية لهم .
 - ٧- تجنب التض幻ة بالمعلومات الرياضية فى سبيل اسلوب كتابة افضل فتعطى للمعلومات الأهمية الأولى والأسلوب الجيد سوف يأتي بطبيعته .
وفى ضوء الشروط السابقة لتحرير الموضوعات الرياضية يمكن استخلاص بعض الأنماط اللغوية التى يجب استخدامها عند تحرير هذه الموضوعات والتى منها:
 - ١- استخدام اللغة الفنية أو التصويرية:
- وهي التى تمكن الكاتب أو المحرر من التعبير باللغة المحسوسة عن المعنى والخواطر والاحاسيس فاللغة الفنية أو التصويرية ليست سردا للحقائق أو بثا مباشرا

للانكسار ولكنها تجسيد وتمثيل لتلك الافكار والحقائق يعايشها القارئ ويدركها ادراكا حسيا وبالتالي يكون لها صدى كبير في نفسه واثرا عميقا في وجوداته .

٢- استخدام المصطلحات الرياضية:

المصطلح الرياضي هو كل كلمة أو مجموعة من الكلمات تعبر أو تصف حركة أو اداء أو مهارة فنية معينة في الممارسة بشكل مناسب ودقيق وبعيد عن التداخل .

ولكل رياضة من الرياضيات المصطلحات الخاصة بها والتي تميزها عن غيرها فالضريبة الركينية في كرة القدم والارسال في الكرة الطائرة والرمي الثلاثي في كرة السلة والايقاف والاستبعاد والطرد في كرة اليد وغير ذلك من المصطلحات .

والصحافة الرياضية يجب عليها الالتزام باستخدام المصطلحات الرياضية ذلك ان الموضوعات الرياضية ما هي إلا احداث درامية والمصطلحات تكميل البناء الدرامي لهذه الاحداث كما انها توفر قدرًا كبيرًا من الحيوية لهذه الموضوعات حيث أنها تمكن الكاتب أو المحرر الصحفي الرياضي من العرض الموجز والمعبر عن احداث المنافسات .

ولأهمية استخدام المصطلحات الرياضية تشرط الصحافة الرياضية فيمن يعملون بها المعرفة التامة والإلمام الكامل لقواعد اللعبة أو الرياضة التي سيقوم بالكتابة عنها .

ولضمان توافر ذلك أيضا يجب أن يكون هناك محررا رياضيا أو أكثر لكل لعبة أو رياضة معينة ويكون ممارسا لهذه اللعبة أو دارسا لها .

مع ضرورة قيام المحرر الصحفي الرياضي بشرح المصطلحات الرياضية اذا طلب ذلك حتى لا يصاب القارئ بالملل نتيجة غموض هذه المصطلحات .

٣- استخدام اللغة العامية:

وهي اللغة التي تجري على السنة الناس دون تقييد بقواعد اللغة العربية المتعارف عليها من نحو وصرف وغيرها وهي إداة التعبير عن المستوى المحلي وهي ذات صور عده تختلف فيما بينها باختلاف الأقطار والإقليم في الوطن العربي الواحد .

وهي لغة الحديث في الحياة العادية في المنزل والشارع والسوق وكل ما يتصل بالسلوك الإنساني بالمنطقة المحلية المعينة .

ويعد استخدام الألفاظ أو الكلمات العامة في تحرير الموضوعات الرياضية نوعا من أنواع التبسيط والتقرير والتودد إلى القراء ويرى البعض أن استخدام بعض الألفاظ والكلمات العامة تقوى الموضوعات الرياضية أكثر مما تفسدها فهي توضح للقارئ الكثير من المواقف .

والمحرر أو الكاتب المتمرس يتوقع من قرائه أن يعرفوا ما يتحدث عنه عندما يستخدم هذه الألفاظ والكلمات ذلك أنه إذا أراد أن يشرح هذه المواقف سيؤدي ذلك فقد فقد المساحة المخصصة للموضوع .

ولكن تجدر الإشارة هنا إلى افراط الكثير من الكتاب والمحررين في الصحافة الرياضية في استخدام اللغة العامة حتى أصبحت الصحافة الرياضية مكانا للألفاظ والكلمات المبتذلة والرخيصة والتي لا معنى لها .

وعليه فإن الكاتب أو المحرر الرياضي مطالب بأن يخضع اسلوبه للذوق المقبول أضعف إلى ذلك إذا كان للكاتب أو المحرر الرياضي الحرية في استخدام اللغة العامة فإنه رغم ذلك لا يستطيع أن يجاذف باستخدام العامة أكثر من استخدامه للغة الراقية المستخدمة في أنواع الكتابات الصحفية الأخرى (٥١ - ٢٣٨ ، ٢٣٧) .

هذا بالإضافة إلى أن اللغة التي تكتب بها الموضوعات الصحفية الرياضية لا بد وأن تتوافق فيها جملة استثناء منها :

١- ايهار الجمل القصيرة على الطويلة بحيث لا تزيد الجملة عن قدر معين من الألفاظ وتكتب بلغة سلسة ومفهومه .

٢- استعمال الكلمات التي تصيب الهدف بدلا من استعمال الكلمات العامة التي قد تعنى أشياء كثيرة بعيدة عن الهدف فالالفاظ يجب أن تتميز بالدقة والوضوح .

٣- ايثار الفقرات القصيرة على الفقرات الطويلة حتى تضمن الصحافة الرياضية انتباه القراء لها.

٤- الحرص على استعمال الالفاظ المألوفة وتجنب استعمال الالفاظ غير المألوفة التي تثير الغموض.

أهمية الالتزام بمصطلحات اللعبة:

ان لكل لعبه رياضية مصطلحات فنية خاصة بها والتى يجب ان يلم بها الصحفيون الرياضيون فاللامام بهذه المصطلحات هو المعيار للحكم على المحرر أو الناقد الصحافى بأنه يفهم اللعبة التى يكتب عنها أولاً يفهمها.

فكيف يتقد لاعبا وهو لا يعرف مصطلحات وسميات اللعبة او الرياضة التي يقوم اللاعب بمارستها؟

كيف يتقد مدربا وهو لا يعرف مصطلحات وسميات الطرق والخطط التي طبقها المدرب والفرق التى بينها ومدى مناسبة كل منها لظروف وطبيعة المنافسة التي يشتراك فيها هذا المدرب. وغير ذلك من المصطلحات والمفاهيم التي تميز رياضة عن غيرها من الرياضات (٥٩، ١٣٨، ١٣٩).

فاللام المحرر او الناقد الصحافى بالمصطلحات الفنية الخاصة بكل لعبه يعمل على إثراء ثقافة القراء الرياضية هذا بالإضافة الى ضرورة الالتزام بكتابه هذه المصطلحات باللغة العربية بما يساهم فى زيادة الحس الوطنى لدى الجمهور وبعد عن كتابة المصطلحات الأجنبية باللغة العربية كالذى يكتب التسلل او فسید فهذا يؤدى إلى الاغتراب وفقدان الهوية فإن كان لابد من ذلك فيجب كتابة هذا المصطلح بلغته الأجنبية بجوار ترجمته العربية وذلك فى ظل التطور التكنولوجى الهائل الذى حقق بطباعة الصحف اليوم فى مصر والعالم.

مراحل التغطية الصحفية للاحادث الرياضية:

قسم فاروق أبو زيد (١٩٨٦) مراحل التغطية الصحفية لأى حدث رياضى الى ثلاث مراحل وذلك كالتالى :

المرحلة الأولى: وهى التى تقوم على التغطية التمهيدية للأحداث الرياضية عن طريق الحصول على المعلومات الكافية عن اطراف هذه الاحداث كالفرق المنافسة وظروف كل فريق واستعداداته وامكانياته وموقفه فى المسابقة ونشر مثل هذه المعلومات بأخذ طابع التغطية الاخبارية .

المرحلة الثانية: وهى التى تقوم على التغطية التسجيلية للأحداث الرياضية عن طريق الوصف الدقيق لسير الاحداث وتطورها ووصف وقائعاها مع تسجيل النتائج النهائية لهذه الاحداث ونشر هذه المعلومات بأخذ طابع التغطية التحليلية .

المرحلة الثالثة: وهى التى تقوم على التغطية التقييمية للأحداث الرياضية عن طريق تقييم اداء كل طرف من اطراف هذه الاحداث مع الكشف عن الجوانب الايجابية كارتفاع المستوى المهارى والبدنى للاعبين وحسن تنفيذهم لتعليمات وخطط المدرب ، وكذلك الكشف عن الجوانب السلبية كضعف المستوى البدنى والمهارى للاعبين ومحاولة استخلاص الدروس المستفادة من هذه الاحداث .

واللغطية الصحفية للأحداث الرياضية بمراحلها الثلاثة لابد ان تنطلق من كون الصراع يشكل احد مراكز الاهتمام الرئيسية عند الإنسان (٧٨ - ٧٩) .

واللغطية الصحفية لابد ان تدور حول هذا المحور فهى غالبا ما تقوم على صراع بين فريقين او أكثر وكل منها يسعى الى الفوز . فالرياضة بذلك تقىن مشروع ومهندب للصراع الإنساني أى أنها لا تعارض مع القيم والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع وهى بذلك تفرغ الطاقات المكبوتة أو الكامنة داخل الإنسان .

والمحرر الرياضى يجب ان يدرك أن أقلية من القراء هم الذين يمارسون الرياضة وان الذين يتفرجون على المباريات أكثر من الذين يمارسونها لكن الذين يقرؤون عنها أكثر بكثير من الممارسين والمترجين .

فعلى سبيل المثال في مباريات كرة القدم يمارس اللعب فوق المستطيل الأخضر اثنان وعشرون لاعبا فقط في حين ان الذين يتبعون هذه المباريات يقدر بالآلاف حيث يصل عدد المترجين في المباراة الواحدة إلى ما يقرب من ١٢٠ ألف متدرج أو ما يزيد .

أما الذين يقرأون عن هذه المباراة فيقدر احيانا بالملايين .

فمعنى ذلك ان المحرر الرياضى يغطى المباراة للذين لم يتفرجوا عليها ولابد ان يجعلهم يشعرون وهم يقرأون تقريره عن وصف المباراة كما لو انهم يحضرون المباراة فعلا .

لكن بدخول التليفزيون فى مجال التغطية الرياضية بالصوت والصورة تغيرت وظيفة التغطية الصحفية للمباراة فالمحرر الرياضى يكتب اليوم لجمهور سبق له ان شاهد المباراة فى التليفزيون لذلك تحولت وظيفة التغطية الصحفية للمباراة من الوصف الدقيق لاحادتها الى التحليل العميق لخط سيرها والتقييم الدقيق لاداء اللاعبين والحكام والجمهور فالتحليل والتقييم أصبح أهم من الوصف والتسجيل فى التغطية الصحفية للاحادث الرياضية .

الفصل الحادى عشر

الخبر الرياضى

المخبر الرياضى

- * تعريف الخبر
- * قواعد تحرير مادة الخبر الرياضى
 - العنوان
 - أهداف العنوان
 - اسس كتابة وتحرير العنوان
 - أنواع العناوين
 - المقدمة (الاستهلال)
 - اشكال المقدمة
 - جسم الخبر (النص)
- * مدخل تحرير الخبر الرياضى
 - مدخل التركيز على الفرد
 - مدخل القصص الحوارية
 - مدخل ضمير المتكلم
 - مدخل ترتيب الاحداث حسب زمن وقوعها
 - مدخل السرد
- * أنواع الخبر الرياضى
- * طرق صياغة الخبر
- * مصادر الاخبار والسبق الصحفى
- * المتابعة الاخبارية

الفصل الحادى عشر

الاشكال الصحفية لموضوعات الصحافة الرياضية

بعد ان يقوم المحرر الصحفى بجمع المعلومات الرياضية أو المادة الصحفية الرياضية من مصادرها المختلفة وذلك وفقا لخطة معينة وبعد مراجعة ما تم تنفيذه أو الحصول عليه وفقا لهذه الخطة واستكمال الناقص منها .

تأتى الخطوة التالية التى تتعلق بالجوانب التعبيرية أو التنفيذية فى العمل الصحفى أى صياغة تحرير أو كتابة المادة الصحفية بما تتضمن من معلومات وبيانات وارقام وصور ورسوم فى لغة صحفية بسيطة سهلة مفهومة محددة ، دقيقة ، مقرئه مناسبة لمستوى قراء الجريدة الرياضية .

هذه الصياغة أو المعالجة الصحفية تأخذ اشكال أو اغاط او قوالب صحفية مختلفة وتسمى اشكال الكتابة الصحفية او الاغاط او القوالب الصحفية (٦٥ ، ١٥٨ ، ١٥٩) .

وانطلاقا من أن مفهوم الرسالة هي الوسيلة وانها تسبقها وان الوظيفة الصحفية للصحافة الرياضية او الوظائف المتعددة لها هي التي تخلق الشكل الصحفى المناسب لها فلكل وظيفة اشكالها الصحفية التي تناسبتها والتي تقوم الصحافة الرياضية من خلالها بأداء وظائفها المتعددة في ظل المنافسة القوية من جانب وسائل الاتصال الاخرى كالاذاعة او التليفزيون .

وفي ظل التطور التكنولوجى للمجتمع ككل ولوسائله الاتصالية وتغير قيم القراء واذواقهم واهتماماتهم الرياضية وظروف المجتمع الرياضية الراهنة .

وتحrir المادة الصحفية بقوالبها او اشكالها الصحفية المختلفة لابد وان تصب فى أربع دوائر رئيسية هى :
العنوان ، المقدمة ، النص ، الخاتمة .

ولكن داخل هذه الدوائر هناك عناصر تتفاعل وتتخالل لاقامة بنيان الموضوع الصحفى الرياضى محل البحث وسميت هذه العناصر بالشقيقات الست وهى «ماذا، من، متى، اين، لماذا، كيف» واضافت الصحافة الحديثة الشقيقة السابعة «كم» التى تعبّر عن عنصر المعلومات الذى اصبح يميز الصحافة الرياضية اليوم عن الأمس التى كانت تهتم بالحدث فقط (١٨ - ٨٧، ٧٨).

والأشكال الصحفية لموضوعات الصحافة الرياضية فى أى جريدة أو مجلة لا تخرج عن كونها أما خبراً أو مقالاً أو تعليقاً أو تقريراً أو تحليلاً أو نقداً أو وصفاً أو حديثاً. وحتى يمكن رسم صورة كاملة عنها فإنه يمكن وضع كل شكل من هذه الأشكال فى فصل مستقل من فصول هذا الكتاب لايضاح مفهومها وتعريفاتها وأنواعها واجزائها ومحاولة وضع نموذج لكل منها.

وفي هذا الفصل سيتم تناول الخبر الرياضى.

الخبر الرياضى

يعتبر الخبر هو المادة الأساسية فى أى وسيلة اعلامية وهو اساس كل مادة اعلامية بل ان أى مادة إعلامية تستمد أهميتها من الخبر.

فلا مقال ولا تقرير ولا تحقيق ولا تصريح ولا حديث بدون خبر وهناك شرطاً طريفاً يتداوله الصحفيون عن الخبر فقالوا:

إن كلباً يغض رجلاً ليس خبر ولكن إذا غض الرجل كلباً فإنه الخبر الذي يستحق النشر.

تعريف الخبر:

لقد تناول الكثير من الكتاب والباحثين الخبر بالتعريف فقد عرفه اديب خصور (١٩٧٣) بأنه: وصف دقيق غير متحيز للحقائق حول واقعة تهم القراء . وعرفه إبراهيم امام (١٩٧٧) بأنه: كل ما يحدث وكل ما توحى به الاحداث وما يحجم عنها .

وعرفه عبدالعزيز الغنام (١٩٨٤) بأنه: حادث تهتم به الجماهير ويتميز بالانيه
ويؤثر في الرأي العام ويثيره.

وعرفه فاروق أبو زيد بأنه (١٩٨٤) : تقرير يصف في دقة موضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تساهم في تنمية المجتمع .

وعرفه محمود ادهم (١٩٨٤) : بأن الخبر هو الخبر.

وعرفه دولاند بانه : ما يحدث من احداث وما ينجم عنها .

وهذا التعريف يختصر ويختزل كل التعريفات السابقة.

ومن خلال التعريفات السابقة للخبر يلاحظ أن جميعها اتفقت على أن الخبر لابد وأن يتضمن المصلحة العامة للجمهور أو يتضمن فكرة تنس مصالح قطاع كبير من جمهور القراء وقد أكدت هذه التعريفات أن أهم مميزات الخبر الصدق والموضوعية والآنيه في نقل هذه الاخبار مما يساهم في ايجاد رأي عام على درجة كبيرة من الوعي الثقافي والاجتماعي.

وفي ضوء ذلك ومن خلال التعريفات العامة للخبر فإنه يمكن وضع تعريف خاص للخبر الرياضي بأنه:

هو كل ما يتعلق بصالح الرياضة وكل ما يهم الجمهور الرياضي أو يترك اثراً في علاقتهم ونشاطهم وارائهم واخلاقهم وسلوكهم في المجال الرياضي .
أو هو : معرفة ما لم تعرف من الحقائق والمعلومات الرياضية الحديثة والطارئة .

قواعد تحرير مادة الخبر الرياضي:

عند تحرير مادة الخبر الرياضى هناك مجموعة من القواعد التى يجب ان يراعيها الصحفى أو المحرر الرياضى عند كتابته لهذا الخبر والتى تمثل فى ثلات نقاط وهى كالتالى:

- (١) العنوان .
(٢) المقدمة (الاستهلال) .
(٣) جسم الخبر (النص) (٦٥ - ١٧٣) .

ويمكن تناول هذه النقاط بالشرح والتحليل وذلك كالتالى:

١- العنوان:

يحتل العنوان الترتيب الأول فى إعداد الخبر الرياضى بل وفى أى موضوع صحفى رياضى والعنوان هو مجموعة من الكلمات تصاغ فى عبارة موجزة متماسكة رصينة.

ويجب ان يتناسب العنوان مع حجم المادة التحريرية التى يرأسها ويكون شديد الصلة بضمونها معبرا عن أهم دلالاتها ملخصا ابرز ملامحها وخصائصها.

والعنوان يمثل الواجهة الأولى للخبر التى يجب ان تكون ذات صورة طيبة جذابة وبعده عن بقية مكونات هذا الموضوع وان كان شد نظر القارئ الى العنوان ليس هدفا فى حد ذاته واما الهدف هو اشباع فضول القارئ وتحفيزه على قراءة مادة الخبر كلها.

والعنوان اصبح لكثير من الصحف الرياضية واحدا من أهم اسس بناء شخصية الصحيفة وإعطائها ميزة التفرد على الصحف الرياضية المنافسة وبالتالي يمكن التمييز بين صحيفة وأخرى وبناء على ذلك فإن العناوين كثيرا ما تستخدم لترميم الاجراء الصحفى للصحف الرياضية وتحليله وتحميل صفاتها.

ولذلك لا بد ان يتميز العنوان بعدة خصائص منها:

- الموضوع . - الرصانة .

- الإيجاز . - الشويق .

وكلما استطاع القارئ ان يستوعب مضمون الموضوع الصحفى من عنوانه ومن القراءة الأولى له كان العنوان محققا لاهم اهدافه وكلما قرأ القارئ العنوان أكثر من مرة ليفهم مضمونه فإن العنوان يفقد أهم اهدافه.

ويرى محمود ادهم (١٩٨٥) ان العنوان عندما يحتاج الى تفسير فإنه يفقد بعض شروطه ولذلك يرى أمين ساعاتى (١٩٩٣) ان أقوى العناوين هى التي تتضمن خبرا هاما يهم قطاع كبير من الجمهور أو العناوين التي تستخدم الارقام والاسماء المثيرة.

اهداف العنوان:

يهدف العنوان إلى :

- ١ - جذب انتباه القارئ الى خبر رياضى ما .
- ٢- اعطاء قيمة للخبر على حساب حجمه وموقعه .
- ٣- التركيز على زاوية ما في الخبر الرياضى .
- ٤ - تجميل الصفحة والقيام بوظيفة اخبارية .

اسس كتابة أو تحرير العنوان:

هناك مجموعة من الأسس التي يجب مراعاتها عند كتابة أو تحرير العنوان ذكر منها .

- ١ - الاختصار والتركيز والوضوح .
- ٢- روایة الخبر بدقة وموضوعية والبعد عن الرأى والغموض .
- ٣- أن يكون في صيغة المضارع أو المستقبل وفي صيغة المبني للمعلوم .
- ٤ - عدم تكرار جملة أو كلمة في العنوان .
- ٥ - عدم استعمال الاختصارات للأسماء والأماكن إلا اذا كانت شائعة .
- ٦ - عدم استخدام الأسماء غير المعروفة في العنوان .
- ٧ - عدم قطع جملة واحدة على سطرين وفي حالة كتابته على أكثر من سطر فإنه يفضل ان يكون كل سطر مستقلا عن الآخر .
- ٨ - تجنب استخدام عناوين النفي .
- ٩ - تجنب استخدام المجاز .
- ١٠ - أن يكون مطابقا لمضمون الخبر .
- ١١ - تجنب الكلمات التي تحمل أكثر من معنى .

أنواع العناوين:

تنقسم العناوين من حيث المعنى والمبنى إلى عدة أنواع هي :

(١) العنوان المختصر . (٢) العنوان الوصفي .

- (٤) عنوان التساؤل.
- (٥) العنوان المؤكّد.
- (٦) العنوان المقارن.
- (٧) العنوان الطريف.
- (٨) العنوان البليغ (٧٧ - ٣٠ : ٣٥).

أ- العنوان المختصر:

وهو العنوان الذي يختصر المضمون الاخباري في أقل كلمات ممكنة وهو في الغالب إجابة مباشرة لادة الاستفهام «ماذا» ثم «من» وقد يضاف إليهما «أين» أو «متى» كلما اقتضت الضرورة ذلك مثل: أولبياد افريقيا الأول يقام في مصر.

ب- العنوان الوصفي:

يعتمد على وصف الحدث في كلمات قوية ورصينة مع بعض التفصيلات المهمة وهذا النوع كثير الاستخدام ومتشر في الصحافة الرياضية.
مثال: طائرة تسقط بجميع ركابها الرياضيين .٣٠ لاعبا وطاقم الطائرة لقوا حتفهم.

ج- عنوان الجملة المكتسبة:

وتتمثل في هذا العنوان أقوى العبارات التي وردت على لسان المصدر المصحح بالخبر - ويرتبط هذا النوع من العناوين بالحدث والشخصية التي صنعت هذا الحدث .
مثال: الجوهرى أنا المسئول عن هزيمة المنتخب المصرى واعده بالتعويض.

د- عنوان التساؤل:

ويُضَع هذا النوع من العناوين أهم محتويات الخبر في صيغة سؤال ومن الطبيعي أن يتولى نص الخبر الإجابة عليه ويكثر هذا النوع من العناوين على رأس الاخبار التي لا تزال في طور التفكير والتدبر أو تلك المتصلة بالتوقعات .

مثال: هل يفوز الزمالك بالدورى هذا الموسم؟

ه- العنوان المؤكّد:

يقوم على أساس تأكيد خبر أو معلومة أو رأى أو قضية ذات حوارات أو توقعات سابقة .

مثال : تنظيم مصر لبطولة العالم الرابعة للشباب في كرة القدم يتقرر اليوم .

و- العنوان المقارن :

وهو عنوان يعتمد في صياغته على عنصر المقابلة أو المقارنة بين حقيقتين أو أكثر أو بين واقعين رئيسيين من وقائع الخبر .

مثال : من يفوز بكأس السوبر اليوم : الزمالك بطل ابطال الدوري أم الأهلي بطل أبطال الكأس .

ل- العنوان الطريف أو الساخر :

وهذا العنوان من العناوين يتضح من اسمه فهو طريف حينما يعبر عن الحدث الطريف . وهو ساخر حينما يعبر عن الحدث الساخر .

والصحف الرياضية كثيراً ما تفضل هذا النوع من العناوين .

مثال : كروول يقول : اعطوا البطولة للأهلى والأندية الأخرى كلها تلعب على الثاني .

م- العنوان البديع :

وهو العنوان الذي يستخدم أحد أنواع المحسنات البلاغية كالسجع والجناس في التمايل أو الطباق والمقابلة في التضاد .

وقد وجه بعض النقد لاستخدام المحسنات البديعية في العنوان بحجة التكلف إلا أننا نتفق مع أمين ساعاتي (١٩٩٣) في ضرورة استخدامه ما دام العنوان توفر فيه خصائص العنوان كالرصانة والوضوح والإيجاز والتشويق حيث ان ذلك يعلق في ذهن القارئ لفترة طويلة .

مثال : «أحمد الكاس يحرز أول أهداف الكاس» .

أو «فريق الأحلام حول جماهيره إلى أوهام» .

٤- المقدمة (الاستهلال) :

بعد العنوان تأتي المقدمة في ترتيب إعداد الخبر والمقدمة هي عبارة عن جملة أو فقرة تكون مركزة ودقيقة وجذابة ومشوقة تلخص الخبر أو بعض زواياه وتقع

بين العنوان والنص الخبرى وتكون ذات صلة وثيقة به وتفسر الأول وتقود الى الثاني في سهولة وتدفق .

وقد تجنب على كل أو بعض الأسئلة (ماذا - من - متى - اين - لماذا - كيف) وتعتبر المقدمة امتداداً للعنوان وتساعده في شد انتباه القارئ إلى المادة التحريرية وتعين القارئ المتعجل على التقاط أهم معلومات المادة كما تساهم المقدمة الجديدة في اثارة فضول القارئ واثارة فهمه في متابعة الخبر وقراءته قراءة كاملة (١١٩ - ٣٢) .

ويجب أن تكون المقدمة مشوقة وحاوية لكافحة تفاصيل الموضوع أو الحدث حتى لا يهمل القارئ قراءة خبر قد يكون على قدر كبير من الأهمية وتفسر مصالحه بصورة مباشرة أو بمعنى آخر قد يكون هذا الخبر موجه له لأن من مميزات الخبر الجيد أن يشعر القارئ أن هذا الخبر يخاطبه هو وأن يحثه على فعل شيء أو تجنب فعل آخر أو اسهامه في اثراء ثقافته العامة والرياضية واحاطته علميا بكل الأخبار والمعلومات التي قد تحدث في المجال الرياضي .

أشكال المقدمة:

هناك عدة أشكال للمقدمات منها:

- ١- المقدمة الساخنة وهي التي تحشد جميع عناصر الاثارة والتشويق في الجملة منها .
- ٢- مقدمة التصوير أو التعبير وهي التي تسعى إلى رسم صورة حية للشخص الرئيسي في القصة الاخبارية .
- ٣- مقدمة المقارنة وهي التي يقصد من خلالها المحرر اجراء مقارنات بين الاضداد ومقارنات بين الكبير والصغير والملهأة والمسأة والماضي والحاضر .
- ٤- مقدمة التساؤل وتتضمن مجموعة من التساؤلات يتم الاجابة عليها في نص الخبر أو متنه .
- ٥- مقدمة الاقتباس وهي التي تعتمد على اقتباس فقرة مهمة من تصريح مصدر الخبر .
- ٦- مقدمة الوصف وهي التي تعنى بوصف وشرح الخبر الذي وقع فيه الحدث .

٧- مقدمة الخطاب المباشر وفيه يوجه المحرر الكلام الى القارئ مباشرة مما يشعره بالخصوصية والتجاوب .

وترى كلا من ليلى عبدالجيد، محمود علم الدين من أنه لامانع من امكانية التجديد والابتكار امام أى محرر فى كتابة هذه المقدمة وعدم التقيد بأى من هذه الأشكال السابقة .

٣- جسم الخبر (النص)

ان جسم الخبر أو النص هو عبارة عن مجموعة من الحقائق المرتبة حسب أهميتها أو مجموعة من الواقع المرتبة حسب خطورتها أو حسب ترتيبها الزمني أو هو مزيج من الأحداث والواقع .

وقد يكون جسم الخبر أيضاً عبارة عن ملخص يتبعه فقرة اقتباس ثم ملخص يتبعه فقرة اقتباس وهكذا (٦٥ - ٦٧) .

ان صياغة أى موضوع من موضوعات الصحافة الرياضية لابد وان يعتمد اساساً على كيفية استخدام الشقيقities السبع أو ما تعارف على تسميته بعناصر الخبر أى ان أى خبر وعبر أى وسيلة يجب ان يتكون من هذه العناصر السبع .

فالقارئ يهمه ان يعرف (ماذا) عن الخبر؟، وكذلك (من) هم اشخاص الخبر؟، و(أين) حدث؟، و(لماذا)؟ و(كيف)؟ و(كم)؟ .

فالمادة الصحفية يجب ان تكون اجاية واضحة للشقيقities السبع المشار إليها كما ان تقديم حدث في الخبر على آخر لا يتم ارتجالاً أو عفوياً ولكن هناك عوامل كثيرة تحكمه منها جدارة العنصر في الخبر وسياسة الجريدة والسياسة الإعلامية للنادي أو الهيئة التي تصدر عنها هذه الجريدة بل والسياسة الإعلامية للدولة التي تصدر منها هذا بالإضافة إلى عوامل مادية وفنية أخرى (٨٨ - ٨٩ - ١٨) .

مدخل تحرير الخبر الرياضي:

هناك بعض المداخل لكتابه أو تحرير الخبر (٦٥ - ٦٧ - ١٧٩ : ١٧٩) نذكر منها:

- ١- مدخل التركيز على الفرد .
- ٢- مدخل القصص الحوارية .

٣- مدخل ضمير المتكلم .

٤- مدخل ترتيب الاحداث حسب زمن وقوعها (الكونولوجي) .

٥- مدخل السرد .

ويمكن تناول هذه المداخل بشيء من التفصيل لايضاح مفهوم كل منها وذلك كالتالي :

١- مدخل التركيز على الفرد :

هذا المدخل يقوم على فلسفة مؤداتها أن القارئ العادى فى كثير من الأحيان يعجز عن فهم بعض الاحداث الضخمة أو القضايا المعقدة ولكن هذه الاحداث أو تلك القضايا يمكن فهمها اذا تم تناولها من الجانب الشخصى أو الجانب المحسوس لكل منها فميزانية النادى أو الاتحاد مثلا بما يحويه من ارقام وبنود وأوجه صرف يمكن فهمها من خلال ربطها بميزانية الشخص أو الاسرة .

فهذا المدخل اذن يركز على الفرد أو الشخص أو الجزء المتضمن في الحدث أو الواقعة أو القضية ويلخص تأثير الجزء على الكل ويعتمد على التشخيص .

٢- مدخل القصص الحوارية :

يعتمد هذا المدخل على سرد اقتباسات من اقوال وتصريحات الشخصيات أو المصادر المشتركة في القصة الخبرية وهذا يتم من خلال اربع خطوات :

تبدأ بمقيدة تعتمد على ابرز ما جاء في حديث الشخص محور الاحداث - ثم فقرة انتقالية - ثم نص القصة الاخبارية أو تفاصيلها وتعتمد على الاقتباسات وآخرها الخاتمة والخلاصة .

وحتى يكون المحرر الرياضى امينا في الاستعانة بما يحرره من اقتباس يجب ان يكون قد قام بتسجيل الحوار الذى دار مع المصدر تسجيلا كاملا .

٣- مدخل ضمير المتكلم :

يعتمد هذا المدخل على رؤية الواقع الاخبارية على لسان المحرر الصحفى الرياضى ومن وجهة نظره هو فهذا يخلق نوعا من الحيوية والاحساس بالمشاركة

بين المحرر والقراء ويفضل ان يكون المحرر شريكا في الواقعية الاخبارية كأن يكون شاهدا على تطوراتها من بدايتها إلى نهايتها كمشاهدته لمباريات الكرة أو انتخابات مجالس إدارات الأندية أو الاتحادات الرياضية أو البطولات والدورات المحلية منها أو الدولية أو الأولمبية.

٤- مدخل ترتيب الاحداث حسب زمن وقوعها (الكونولوجى):

يبدأ هذا المدخل بكتابة مقدمة أما ملخصه لاهم ما في الحدث أو تسؤالية عن ابرز وقائع هذا الخبر أو وصفية، ثم فقرة انتقالية الى بداية التفاصيل ثم خاتمة تلخيصية وعند استخدام هذا المدخل يجب ان تراعى ان تكون طبيعة الحدث نفسه تسمح باستخدامه كأحداث الشغب التي تحدث في بعض اللاعبين وما قد يسفر عنها من سقوط الكثير من الضحايا سواء من اللاعبين أو الجمهور أو قصة اخبارية انسانية.

٥- مدخل السرد:

يعتمد هذا المدخل على أسلوب المقال الذي يسرد الواقع والحدث كما حدث ويترتيب حدوثها وبدون وجود ضرورة اخبارية في القصة بل سرد كمية من المعلومات المهمة تتساوى في درجة أهميتها.

أنواع الخبر الرياضي:

١- خبر مفاجئ.. خبر مخطط

- **الخبر المفاجئ:** وهو الذى نفاجأ به دون أى إعداد مسبق كخبر اقالة مجلس إدارة نادى الزمالك وتعيين مجلس إدارة جديد.

- **الخبر المخطط:** حيث يتجسد من خلال قرار اتحاد كرة القدم مثلا باعتبار الزمالك مهزوما امام الاهلى لانسحابه من المباراة التى كانت تقام بينهما فى الدورى العام.

حيث تجمع المراسلون اثناء اجتماع اتحاد الكرة وهم يتوقعون صدور قرار فى الزمالك عقب الاجتماع.

ولذلك فإن الإعلام الرياضي خطط في وقت معين لتغطية نتائج هذا الاجتماع.

٢- خبر بسيط.. خبر مركب

- **الخبر البسيط**: وهو الخبر الموجز الذي يتكون من كلمات قليلة تفيد الاخبار بشيء دون التوغل في تفاصيله أى دون الحاجة إلى تناول الشقيقه «كم» (١٨ - ٩١).

مثال: بعث الدكتور كمال درويش رئيس نادى الزمالك برقية تهئه إلى النادى الأهلی يهئه على فوزه ببطولى الدوري والكأس.

تحمل هذه البرقية رغبة مجلس إدارة نادى الزمالك الجديد في تصفية الأجواء بين الناديين عقب احداث الشغب التي وقعت في مبارتيهما في نهاية الدوري العام ٩٥/٩٦ والدخول في مرحلة جديدة من مراحل الوفاق والتآخي بين الناديين الكباران اللذان يمثلان قطبان الرياضة في مصر.

- **الخبر المركب**: وهو الخبر الذي يتكون من مجموعة من الاخبار والاحاديث تتواكب وتتلاطم في نسق متتابع يلور في النهاية قصة كاملة عن الحدث وهذا النوع من الاخبار يحتاج الى جهد أكبر لانه يقوم على استخدام الشقيقات السبع مع التركيز على «كيف» و«لماذا» و«كم» (١٨ - ٩١).

مثال: اقيمت أمس الجمعة على استاد القاهرة في كأس مصر المباراة النهائية بين الزمالك والأهلی وقد اسفرت نتيجتها عن فوز الزمالك بهدف مقابل لا شيء وقد سجل الهدف أحمد الكأس في الدقيقة الأولى من المباراة وقد استحق الزمالك الفوز بالبطولة لانه أكثر استعدادا من الأهلی.

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------|
| - اقيمت المباراة | - ماذا حدث؟ |
| الزمالك يفوز على الأهلی . | - من فاز بالنتيجة؟ |
| الجمعة الموافق . . . الساعة | - متى حقق الفوز؟ |
| على استاد القاهرة . . . | - اين أقيمت المباراة؟ |
| لانه أكثر استعدادا | - كيف فاز الزمالك؟ |
| في نهائى كأس مصر . | - لماذا اقيمت المباراة؟ |

٣- أخبار محلية.. أخبار دولية:

- **الأخبار المحلية:** وهى التى تمثل الاهتمام المباشر للقارئ لأنها تحدث فى داخل موطنها أو مجتمعه الذى تصدر فيه الصحيفة كمباريات الدورى العام والكأس المحلية التى تقام داخل الوطن.

- **الأخبار الدولية:** وهى التى تتناول الاحداث والأخبار الرياضية التى تقع خارج الوطن الذى تصدر فيه الصحيفة كالأخبار التى تتناول المباريات والمسابقات العالمية كالدورات الاولمبية والقارية والمتوسطية (دورة البحر المتوسط) وغيرها من البطولات والدورات فى مختلف الالعاب والأنشطة الرياضية.

٤- أخبار جاهزة.. أخبار مبدعة:

- **الأخبار الجاهزة:** وهى التى يمكن للصحفى الحصول عليها دون بذل أي مجهود ويمكن أيضا جمجم جميع الصحفيين الحصول عليها أو تلك التى تصدر عن إدارات العلاقات العامة للأندية والاتحادات الرياضية من نشرات وبيانات معينة كجداول مباريات الدورى أو الكأس واللائحة المنظمة لهما.

- **الأخبار المبدعة:** وهى تلك الاخبار التى يبذل الصحفي جهدا كبيرا فى الحصول عليها واستكمال كل جوانبها وقد لا يتمكن البعض من الحصول عليها (٢٤ - ٥٣).
كخبر توقيع رضا عبدالعال لاعب الزمالك على عقد انتقاله للنادى الأهلى قبل انتهاء عقده مع ناديه.

٥- خبر ملون.. خبر موضوعى:

- **الأخبار الملونة:** وهى تلك الاخبار التى تتعرض للتشویه أو الكذب والافتراء أو الحذف أو الاضافة من جانب هيئة تحرير الجريدة أو المحرر (حارس لبوابه).
مثال ذلك نشر خبر عن لاعب دولى مع حذف أو اضافة كلمات أو عبارات أدلى بها هذا اللاعب أو لم يدللي بها.

- **الأخبار الموضوعية:** وهى تلك الاخبار التى تميز بالصدق والأمانة كما جاءت على لسان أصحابها دون حذف أو اضافة أو تلك التى تمثل الواقع كما هو دون كذب أو افتراء (٥٤ - ٢٤).

طرق صياغة الخبر الرياضى:

هناك عدة طرق ومدارس لكتابه الخبر الصحفى وسوف نأخذ منها ما يناسب الصحافة الرياضية والتى منها :

١- طريقة الابعاد المتساوية (المستطيل الرأسي المعتدل):

ترتکز هذه الطريقة على افتراض ان الخبر المراد معالجته ذو ابعاد متساوية وأنه ليس له جانب أهم من الجانب الآخر ويعتمد هذا النوع من الصياغة على المعلومات الاخبارية وتفاصيلها أكثر من اعتمادها على الواقع الحديث.

حيث يقوم المحرر بترتيب الخبر الذى حصل عليه واقعة فى اثر واقعة اخرى دون ان يربتها حسب أهميتها او وقت حدوثها وانما وفق نظام حصوله عليها استنادا الى الترتيب الواقعى والمنطقى لها.

وتسمى هذه الطريقة باسم المستطيل الرأسي المعتدل (٩٣ - ١٨) شكل رقم (١)



شكل رقم (١)

حيث يمكن تفريغ مادة الخبر بشكل مستطيل قائم مكون من عدة وحدات متساوية .

وهذا النوع من الصياغة يتصف بالبساطة وهو مناسب للمحررين الجدد .

٢- طريقة التوازن التحريري:

هذه الطريقة تأخذ بها المطبوعات المحافظة التي تريد ان تؤكد حيادها واستقلالها وهذه الطريقة تضع نص الخبر على كفتى ميزان تضع في الكفة الأولى كل ما يتجمع لها من أخبار ومعلومات من طرف ثم توضع على الكفة الثانية كل ما يتجمع لها من أخبار ومعلومات عن الطرف الثاني (١٨ - ٩٥) : شكل (٢) يوضح ذلك.

طرف ثان	طرف أول
وقائع من الوكالات	تصريحات مسئولين
تصريحات مسئولين	وقائع من الوكالات
وقائع من الإذاعات	وقائع من الإذاعات
اقوال المراسل	اقوال المراسل
اجزاء من بيان	اجزاء من بيان

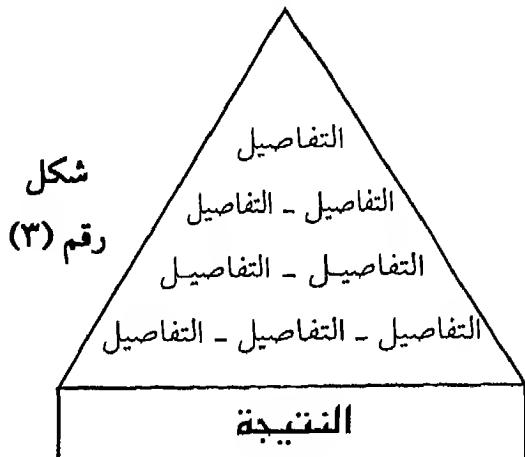
شكل رقم (٢)

وهذه الطريقة يمكن استخدامها في تخفيض جهود الوفاق بين جهتين قد تكون بين ناديين أو مسئولين أو في حالة وجود خلافات بينهما.

كالازمة التي حدثت بين النادى الأهلى واتحاد كرة القدم والتي ادت إلى اعلان مجلس إدارة النادى الأهلى الانسحاب من بطولة الدوري العام فى بداية الموسم الرياضى ١٩٩٨ / ٩٧ .

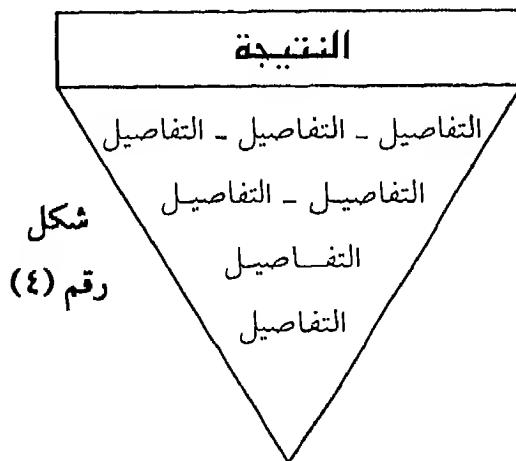
٣- طريقة الهدف المعتدل:

يبدأ الخبر بتفاصيل قليلة ثم تزايده المعلومات والتفاصيل والأسماء والأرقام شيئاً فشيئاً كلما اتجهنا إلى أسفل أى إلى نهاية الخبر حتى يبدو في صورته النهاية وكأنه هرم معتدل. قمته معلومة واحدة وقاعدته معلومات عريضة. شكل (٣).



٤- طريقة الهرم المقلوب:

ترتکز هذه الطريقة على أن تتابع وقائع الخبر وفقاً للدرجة أهميتها فالأهم أولاً ثم المهم فال أقل أهمية وهكذا أى كلما اتجه القارئ إلى قمة الهرم (أسفل) كلما قلت درجة أهمية الخبر ولذلك تسمى هذه الطريقة بطريقة الهرم المقلوب. شكل (٤).



وهذه الطريقة تعتبر انساب الطرق لصياغة الخبر حيث انها تعين القارئ المتعجل على الالامام بضمون هذا الخبر كما يمكن استخدام أكثر من طريقة من هذه الطرق في صياغة الأخبار.

مصادر الأخبار والسبق الصحفي:

المصدر هو الجهة التي يستمد منها الصحفي بعض معلوماته وبياناته وأخباره الصحفية ويتوقف تكوين هذا المصدر الصحفي الى حد كبير على شخصية الصحفي وقدراته في بناء المصادر.

وكل خبر في أي صحيفة يجب أن يكون له مصدر ولا يفقد الخبر عنصرا من أهم عناصره وهو (من) ومصادر المحرر الرياضي هي:

اللاعبون - الحكم - الاندية - الاتحادات الأولمبية - اللجنة الأولمبية - المجلس الأعلى للشباب والرياضة - الكتب - المؤتمرات العلمية - الندوات.

ويفضل دائما أن يذكر المصدر بالاسم وإذا كان الاسم سيؤثر سلبا على العلاقة مع المصدر يفضل عدم ذكره ويمكن أن يستعاض عن عدم ذكر اسم المصدر باستخدام عبارة صرح مصدر رسمي في اتحاد كرة القدم (٩٧ - ٩٨).

يجب الاهتمام بذكر المصدر فذكر المصدر يضفي على الخبر عنصر المصداقية والثقة بما يكن الصحيفة من بناء جسر من الثقة بين الصحيفة والقارئ.

المتابعة الإخبارية:

الموضوعات الاخبارية الكبيرة عادة لا ينتهي نشرها بنشرها بل كثيرا ما تحتاج إلى المتابعة في اليوم التالي وما بعد ذلك وربما يتدlier النشر عنها إلى بضعة أيام أو شهور أو أكثر ومعنى هذا أن المتابعة هي البحث عما إذا كان هناك جديد يضاف إلى ما نشر عن نبذة صحفى ورغم أهمية المتابعة إلا ان الصحافة الرياضية قد تقصر في متابعة أهم الأحداث (١٠٣ - ١٨).

مثال ذلك: احداث العنف التي حدثت في مباراة كرة القدم بين فريقي الزمالك والأهلى في الموسم الرياضى ٩٥ - ١٩٩٦ والتى ادت الى انسحاب نادى

الزمالك من المباراة ومن الدورى العام وتبعه حل مجلس إدارة نادى الزمالك واتحاد الكرة.

هذا الخبر نشر فى حيز لا يتناسب مع أهمية الموضوع فهذا الخبر ليس خبرا عاديا فهو ملىء بكم هائل من الاحداث والانباء فلم تهتم الصحافة الرياضية بردود الأفعال وتقدير حجم الضرر على الحركة الرياضية فى مصر باعتبار ان نادى الزمالك قلعة من قلاع الرياضة فى مصر وقياس على ذلك الكثير من الاخبار والاحاديث الرياضية التى تم من بين اصابع اعلامنا الرياضى دون ان يتحرك لامساك بهذه الاحداث ومتابعتها وتحليلها والتى عادة ما تكون مليئة بالدروس والعبر التى يجب الاستفادة منها للنهوض بالحركة الرياضية فى مصر والعالم العربى .

خطوات تحرير الخبر الرياضى:

- ١- تحديد فكرة الخبر المتوقع أما المفاجئ فلا يستعد له .
- ٢- جمع البيانات من المصادر المختلفة المكتوبة .
- ٣- التقاط الصور الفوتوغرافية المناسبة والتى تدعم الخبر بواسطة المحرر الرياضى أو المصور .
- ٤- مراجعة المادة التى تم جمعها واستكمالها من المصادر المختلفة .
- ٥- تجهيز الصور والرسوم المناسبة من قسم المعلومات وكذلك اضافة المعلومات المناسبة كخلفيات .
- ٦- البناء الفنى للنص الصحفى الإخبارى .
- ٧- الصياغة الصحفية .
- ٨- المراجعة وإعادة الصياغة .
- ٩- العرض على رئيس القسم الرياضى أو المحرر المسئول .
- ١- التقييم وتحديد أولوية النشر .

الفصل الثاني عشر

المقال الصحفي (العناوين)

- مفهوم المقال الصحفي
- تعريف المقال الصحفي
- ماهية المقال الصحفي
- اجزاء المقال الصحفي
- انواع المقال الصحفي
- المقال الافتتاحى
- مقال العمود
- مقال العبارات المجنحة
- المقال الفقير
- المقال القضية
- المقال العلمي الرياضى

الفصل الثاني عشر

المقال الصحفي الرياضي

مفهوم المقال الرياضي:

يعد المقال الصحفي هو أحد ثمار التقدم الحضاري فهو كغيره من فنون التحرير الصحفي الرياضي يحتاج إلى المناخ المناسب لكي يحقق النجاح المنشود وهذا المناخ هو الذي يتميز بوجود رأى عام حر يستطيع من خلاله ان ينقل الكاتب الصحفي الرياضي مختلف الاراء والاتجاهات الرياضية الى الجمهور مما يتبع فرصة التفاعل بين القارئ والكاتب .

فيساعد ذلك على زيادة اهتمام الجمهور بالرياضة وتعدد الميول والاتجاهات نحوها وبالتالي يصبح المقال الصحفي الرياضي احد أدوات الصحافة الرياضية فى توعية وتنقيف الجمهور رياضيا .

وقد ظهر المقال الصحفي بصفة عامة فى أوروبا على يد الكاتب الفرنسي مونتานى Montaigne عام ١٥٢٢ ويعتبر مونتاني أول من قام بالكتابة الذاتية أو الشخصية ثم تبعه على نفس النهج الكاتب الانجليزى بيكون Bacon عام ١٩٣٦ .

اما فى مصر فقد ظهر هذا الفن الصحفي على يد رفاعة الطهطاوى وذلك فى عام ١٨٠١ بعد عودته من فرنسا حيث شاهد ثورة الشعب الفرنسي فى ذلك الوقت فأصبح كارها للحكم الاستبدادى فى مصر فعمل على انشاء فن المقال الصحفى من خلال جريدة «الواقع المصرية» ومجلة «روضة المدارس» عمل من خلاله على ايقاظ الحس الوطنى لدى الشعب المصرى من وجهة الاحتلال البريطانى فأصبح زعيمًا شعبيا (٣ - ١٧٣) .

وشهد فن المقال بعد ذلك تطوراً هائلاً في مطلع هذا القرن وكان المقال هو أحد الأدوات لجذب أكبر عدد من القراء من خلال استقطاب أكبر عدد من الكتاب المشهورين وبرز في هذه الفترة من الكتاب مصطفى كامل والمنفلوطى وأمين الرافعى ولطفى السيد وإبراهيم عبدالقادر والمازنى ومحمد حسنين هيكل وطه حسين وعباس محمود العقاد وسلامة موسى وتوفيق دياب وملك حفني ونبوية موسى وغيرهم من الكتاب الذين يعدون أشهر قادة للرأى فى المجتمع المصرى.

واصبحت الصحافة المصرية صحفة مقال خاصة بعد ثورة ١٩١٩ لاتساع نطاقه، وذلك من خلال استخدامه في توجيه الرأى العام المصرى أثناء الثورة كوسيلة للتعبير عن مطالب الشعب وواكب ذلك وجود بعض الخلافات الحزبية وقيام الحياة البرلمانية مما كان له الاثر الأكبر في ازدياد استخدام المقال كوسيلة في اقناع الرأى العام ومحاولة كل فريق سياسى أو حزبى إلى كسب الجماهير الى صفه.

وكان المقال هو أول شيء يطالع القارئ فيشغل في العادة ثلاثة أعمدة في الصفحة الأولى وكان يسمى المقال الافتتاحي.

وظل الوضع كذلك حتى مطلع الأربعينيات فمنذ ذلك الوقت تضاءل المقال في حجمه وتخلى عن مكانه في الصفحة الأولى.

تعريف المقال الصحفي:

عرفه: عبد اللطيف حمزة نacula عن «فريزريوند» (١٩٦٥) بأنه مادة إعلامية وثيقة الارتباط بالزمن الذي تصدر فيه.

ويعرفه عبد اللطيف حمزة نacula عن معجم لاروس (١٩٦٥) بأنه: تلك الكتابات التي لا يدعى أصحابها التعمق في بحثها أو الاحاطة التامة في معالجتها.

وعرفه: «عبدالعزيز شرف» (١٩٨٦) بأنه الانشاء متوسط الطول يكتب نرا عادة ويعالج موضوعاً معيناً بطريقة بسيطة موجزة على أن يلتزم الكاتب حدود هذا الموضوع ويكتب عنه من وجهة نظره هو.

وعرفه فاروق أبو زيد (١٩٩٠) بأنه: الإدارة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغّل الرأي العام المحلي أو الدولي.

ويرى إبراهيم امام (١٩٩١) ان كلمة مقاله ذاتها تعنى محاولة أو خبرة أو تطبيقاً مبدئياً أو تجربة أولية أو هو محاولة لاختيار فكرة من الافكار أو لتبسيير رأي من الآراء أو لتأمل اتجاه من الاتجاهات النفسية والتعبير عنها بأسلوب سلس جذاب.

وفي ضوء التعريفات السابقة فإنه يمكن تعريف المقال الصحفى الرياضى بأنه: أحد فنون الصحافة الرياضية التي تعبر من خلاله وبشكل مباشر عن السياسة الصحفية الرياضية لها والتى تعكس آراء بعض كتابها في الأحداث الرياضية المعاصرة أو الجارية والقضايا الرياضية التي تشغّل الرأي العام فى المجتمع الرياضى سواء كانت محلية أو دولية.

وكاتب المقال يجب الا يفتعل الاقوال لمجرد المقال ويجب أن يكون المقال الرياضى صدى لمعايشة الحياة الرياضية الجارية من اطار من التقسيم المنظم من خلال معايشة الجمهور والتقط بعض الامور التي تشغّلهم وتحرك تفكيرهم ثم اختيار اسلوب الحوار المرتب الذى يعتمد على تقريب المنطق ولا يعتمد على الاغتراب والترغيب.

وهناك صلة وثيقة بين المقال وبين الخبر فهما رفيقان يظهران جنباً إلى جنب. فالقارئ للصحافة الرياضية كثيراً ما يحار امام بعض الاخبار الرياضية فهو عندما يقرأ الخبر ولكن لا يعرف في بعض الاحيان الى أى اتجاه يسلم.

فالقارئ في هذا الوقت في حاجة الى ان يستمع رأى متخصص في هذا الحدث فالخبر في حد ذاته لم يكن الا حدثاً وقع في مكان وزمان معينين. أما المقال وظيفته شرح وتحليل الخبر ثم يأخذ القارئ بما أوتى من موضوعية الى الاتجاه الصحيح الذي قد يؤيده ويصل اليه.

فالمقال الرياضى يعد بمثابة الاداة التى تعكس الرأى العام فى المجتمع الرياضى فمن خلاله يستطيع القارئ للصحافة الرياضية ان يتعرف على الرأى العام بهذا المجتمع فيما ينشر من موضوعات وقضايا رياضية وبالتالي يمكنه من خلق فكر رياضى يتناسب مع هذا الرأى وثم العمل على مسairته فى الاتجاه الصحيح (٥٦ - ١٧٩).

وكثيرا ما يكون المقال الصحفى الرياضى فى صميم الحياة الرياضية الواقعية أو تعليقا على ما تم من احداث جارية فى المجتمع الرياضى أو يقوم الكاتب الصحفى الرياضى بطرح فكرة جديدة أو تصوير أو رؤية خاصة قد تشكل فى حد ذاتها قضية تشغل الرأى العام فى المجتمع الرياضى وخاصة اذا كانت تمس مصالح قطاع كبير الجمهور أو تثير اهتمامهم وحتى يمكن للكاتب الصحفى الرياضى من تحقيق ذلك كان لزاما عليه القيام بعمل دراسة دقيقة لطبيعة القارئ ورغباته واهتماماته ومن ثم العمل على اشباعها.

ماهية المقال الصحفى:

يعتبر المقال هو أولى الاشكال الصحفية التى تعبر فيها الجريدة عن رأيها ولذلك ينشر فى الصفحة الأولى ولذا يطلق عليه افتتاحية الصحيفة وللمقال قيمة كبيرة سواء للصحيفة ذاتها أو للقارئ فمن خلاله تعبر الصحيفة عن ارائها وسياساتها فى جميع الشئون العامة للدولة سواء كانت اجتماعية أو رياضية أو سياسية أو اقتصادية أو غيرها ..

كما أن للمقال أهميته للقارئ العادى فمن خلاله يستطيع أن يتعرف على أمور واسرار يصعب عليه معرفتها لعدم مقدرته على الالام بكل الاحداث الجارية والمحيطة فى حياته اليومية فيقوم كاتب المقال بنقلها إليه دون عناء أو مشقة (٣ - ١٨٥).

والجانب الأكبر من المقالات الصحفية يعبر عن سياسة الصحيفة كما هو شأن فى المقال الافتتاحى أو يعبر عن اراء كبار كتابها كما هو الحال فى العمود

الصحفى أو المقال التحليلى وهناك نوع آخر من المقالات الصحفية التى يعبر فيها بعض المفكرين والكتاب من لا يعملون فى الصحيفة عن اتجاهاتهم وآرائهم ولا يتشرط ان يكتب هؤلاء بما يؤيد سياسة الصحيفة بل كثيرا ما تنشر الصحف لهم مقالات تخالف سياستها وذلك عملا بحرية الرأى وخاصة فى المجتمعات الديمقراطية (٤٤ - ١٧٩).

اجزاء المقال:

ينقسم المقال إلى ثلاثة اقسام (٢ - ٢٩٧) هي:

- ١- المقدمة: وهى عبارات كثيرة ما تحتوى على لب المقال والغرض الاساسى منه.
- ٢- النص: وهو تحليل واسع للمقدمة.
- ٣- الخاتمة: وهى تلخيص للمقال وتركيز على النتائج.

فمن الشروط الهامة واللارمة للمقال الصحفى تحديد اجزاء المقال حتى تتسلسل الافكار فى ترتيب منظم من خلال قالب يحتوى التناول ويسهل مهمة الكاتب فى طرح افكاره كما تساعد القارئ على متابعة وفهم هذا الطرح.

أنواع المقال:

١- المقال الافتتاحى:

وهو مقال الرأى الذى تنشره الجريدة فى صفحة الرأى واحيانا فى الصفحة الأولى عندما يتعلق بقضية رياضية هامة وحالية تعبر الجريدة من خلاله عن رأيها و موقفها تجاه هذه القضايا والذى اقره رئيس التحرير أو الناشر لهذه الجريدة.

حيث ان رئيس التحرير أو الناشر هو ضابط الواقع فى الجريدة وكلامه يعبر عن خطها الاساسى الذى هو فى حقيقة الامر خط الدولة الرئيسى.

ويهدف المقال الافتتاحى إلى التعليق على مادة نشرتها أو تنشرها الجريدة أو موقف أو حدث رياضى أو قضية رياضية مثارة ويعبر المقال عن لسان حال الجريدة تجاه ذلك وترجع أهمية المقال الافتتاحى الى أنه يعكس موقف الجريدة وتوجهها التحريرى وانحيازها الايجابى أو السلبى لاهتمامات القراء.

ويقوم بكتابة المقالات الافتتاحية رئيس التحرير أو الناشر أو يوحى بتفكيرها إلى محرر يقوم بكتابتها .

وهنالك تيار حديث اليوم يحاول ان يطور من خلال نظام مجلس الافتتاحيات مقالات افتتاحية أكثر مغزى وفعالية ويضم هذا المجلس ممثلين لجهاز التحرير والناشر ان وجد أو ممثله ورئيس التحرير ومحرر صفحة الرأي ومحرر أو أكثر يمثلون وجهات نظر متباعدة .

هذا المجلس يعمل كمجلس فكر تبع من مناقشاته ومداولاته افتتاحيات الجريدة ويتم فيه اتخاذ القرارات التي تحدد سياسات التحرير والمقالات الافتتاحية المعبرة عنها واحيانا يلتجأون الى التصويت لحسم الخلافات التي قد تنشأ بينهم حول قرار يتعلق بموضوع او صياغة افتتاحية معينة وبعد ان يتم اقرار موضوع افتتاحية يعهد بكتابتها الى أحد أعضاء هذا المجلس ويتم هذا دوريا وبعد ان يكتب عضو مجلس الافتتاحية المسودة الأولى للافتتاحية يكون لكل الأعضاء فرصة قراءتها والتعليق عليها ويتم بعد ذلك كتابة النص النهائي (٦٥ - ٢١٣ : ٢١٥) .

ويعد هذا الاسلوب من أفضل الأساليب في كتابة المقالات الصحفية لتحريره من هيمنة فكر بعض الافراد الذي قد يتمثل في رئيس التحرير أو الناشر خاصة إن كانت اراءه متطرفة فهذا الاسلوب يتبع الفرصة لتبادل الرأي والمشورة وبالتالي فهو أكثر موضوعية في تناوله للمواقف والأحداث والقضايا الرياضية المعاصرة .

٢- مقال العمود:

يعرفه عبداللطيف حمزة (١٩٦٥) بأنه: المادة الصحفية التي تقسم دائمًا بطابع صاحبها أو محررها في أسلوب التفكير واسلوب التعبير ولا تتجاوز مساحتها عموداً صحفيًا على أكثر تقدير وتنشر بانتظام (يومي - أسبوعي) تحت عنوان ثابت وتوقيع ثابت هو توقيع محرره .

وغالباً ما يكون موضوع العمود مرتبط بشخصية الكاتب واحساسه وأفكاره وتأملاته ومعظم الأعمدة الصحفية عبارة عن حوار شخصي بين كاتب وقارئه

يعبر من خلاله عن مكونات نفسه وذاته ويبدو صريحاً واعياً ذاتياً يروي ذكرياته وخبراته وتجاربه التي خاضها في المجال الرياضي.

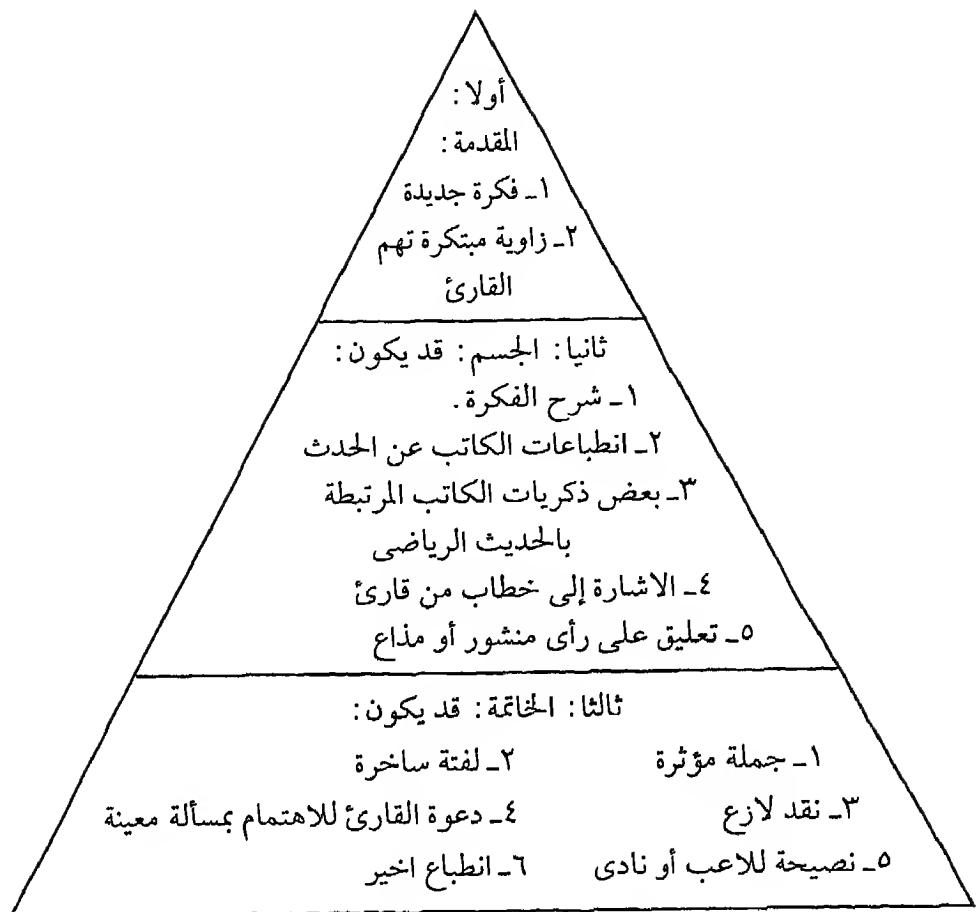
ويعرف فاروق أبو زيد (١٩٩٠) مقال العمود في الصحافة الرياضية بأنه: فن يقوم على تسجيل الانطباعات الشخصية الذاتية لبعض كتاب الرياضة في مختلف الشؤون الرياضية.

والصحافة الأوروبية تطلق عليه عمود الثرثرة حيث يتحدث الكاتب إلى القراء كما ولو كانوا أصدقاء يتجلبون اطرافه ولذلك فإن لهذه الأعمدة شعبية كبيرة لدى قراء الصحافة الرياضية غالباً ما يجذب هذا العمود إلى طابع السخرية اللاذعة من الاندية ومن اللاعبين وكثيراً ما يتضمن جانباً من الذكريات الرياضية للكاتب. وقد يدور العمود الرياضي حول موضوع واحد وقد يتضمن أكثر من موضوع رغم مساحته المحدودة فهو عندئذ أقرب إلى الانطباعات الخاطفة أو التعليقات السريعة.

ومقال العمود الرياضي يقوم على أساس وجود علاقة حميمة بين الكاتب وقارئه لذلك قد يتضمن العمود رداً على بعض رسائل القراء وقد ينشر جانباً من هذه الرسائل ولذلك فالصحيفة الرياضية تعطي كتاب العمود الرياضي حرية أكثر من التي تعطيها للمحرر الرياضي فهي أن كانت تلزم المحرر الرياضي الالتزام بالسياسة التحريرية للصحيفة فإنها في المقابل لا تلزم كاتب العمود بالالتزام الدقيق بهذه السياسة وإن كانت لا تسمح له بمعارضتها.

والبناء الفنى لمقال العمود الرياضي يقوم على قالب الهرم المعديل وذلك في حالة تناوله لموضوع واحد أما إذا كان عبارة عن مجموعة من الفقرات يسجل الكاتب في كل منها انطباعاته عن موضوع مختلف فلا يلزم العمود بهذا القالب. أما في حالة ما إذا كان العمود يدور حول موضوع واحد فمن الضروري أن يتضمن مقال العمود ثلاثة أجزاء هي المقدمة، الجسم، الخاتمة.

والشكل التالي يوضح البناء الفنى لمقال العمود الرياضي في قالب هرمي معديل (٥٧ - ٩٤).



شكل (٨)

البناء الفنى لمقال العمود الرياضى فى قالب هرمى معتدل

أنواع مقال العمود الصحفى الرياضى:

يقسم بروس جارسون ، مارك سبل جاك Garrison Bruce & Sabl Jalk مقال العمود الصحفى فى الصحافة الرياضية إلى :

أ- عمود واحادث جارية: يتناول ويركز على الاحداث والمسابقات الرياضية التى تتم فى الحياة اليومية العادية أو يعلق على بعض الاخبار الرياضية .

ب - العمود الفكاہی: یعتبر من أكثر الأعمدة المقررة متعدة وتسليمة وهو عمود صعب في كتابته وقليل من الكتاب يستطيعون كتابته لأنه يتطلب قدر عالٍ من الفكاہة مع المادة الحقيقة.

ج - الأعمدة ذات البنود والحكايات النادرة: كتاب هذا العمود يلتجأون إلى تجميع الاخبار الكثيرة والتي يتبع عنها قائمة طويلة من المختصرات أو البنود تتضمن تلك الأعمدة ثلاثة أو أربع موضوعات تحتوى كل منها ثلاثة إلى خمس فقرات.

د - الأعمدة المتخصصة أو الموضوعية: وتعتبر من أكثر أنواع الأعمدة شيوعاً وهي أعمدة منتظمة في صدورها وغالباً ما تتضمن هذه الأعمدة تقديم لمباراة أو تعليق على مباراة أو معلومة من المعلومات التي تهم جمهور القراء (١٠ - ٩٦، ٩٧).

٣- مقال العبارات المجنحة:

يعتبر مقال العبارات المجنحة أصعب المقالات كتابة لأنه مقال يتميز بالذاتية العميقه أو نحت في أعماق صاحبه وتبدو عباراته رصينة وسريعة وعاجلة ويحمل طابع الحدة ويکاد يقترب اسلوبه ومعالجته من الصورة والكاریکاتير وتقول كلماته المجنحة ما يقوله غيره في صفحات طويلة.

لذلك فإن العبارات المجنحة يشبه إلى حد بعيد النثر الشعري وغالباً ما تنشر هذه المقالات في نهاية المقال الرئيسي أو في ذيل مقال العمود القصير ولذلك كثيراً ما يكون مقال العبارات المجنحة عبارة عن وحزة أو لسعة لاذعة من كاتب له باع صحفى كبير (١٨ - ١١٢).

مثال: في صمت تام انهى الأهلی تعاقده مع لاعبيه وفي صمت تام سیواصل الأهلی حصد البطولات کم هو رائع هذا الصمت يا أهلی.

٤- المقال القصير:

ان مقالات الكاتب في هذا النوع من المقال هي ردود افعاله لاحداث اليوم والساعة. فذاتية الكاتب اذن هي محرك هذا النوع من المقال.

فإذا روى خبرا فتوقع ان يكون الخبر مرويا من خلال ردود افعاله . وإذا ذكر نادرة أو فكرة أو انشأ عبارة لامعة فتحن توقع ان يكون انشاؤها جزء من ردود افعاله .

وفي الصحافة العصرية اعتاد بعض الصحفيين الرياضيين ان ينشروا عدة مقالات قصيرة تحت اسم المقال الاسبوعى أو اللقاء الاسبوعى والبعض الآخر يختتم هذه المجموعة من المقالات بمقال العبارات المجنحة .

وكثيرا ما تكون افتتاحية الصفحات الرياضية هي نوع من المقال القصير الذى كثيرا ما ينشر فى عمود .

٥- المقال القضية:

كثير من المقالات هي خواطر أو انتقادات خاطفة بلا قضية فمثل هذه المقالات لا تثبت ان تلاشى دون أن ترك أثرا في الوسط الرياضى وهذا النوع نجده كثيرا في المقال أو مقال العبارات المجنحة .

أما المقالات التي تناقش قضية من القضايا ويدور حولها الكثير من الجدل قد تستمر أياما بل سنوات وسنوات فالمقال القضية يقوم على اساس التفاعل بين الكاتب وبين الاحداث الجارية أو الحية .

تلك الاحداث التي تنبض بها الحياة الرياضية والتي تحمل هموم واوجاع المجتمع الرياضى . ولذلك فإن المقال الذي يناقش قضية رياضية حية هو المقال المفعم بالحوارات والذي يدخل دائرة الابداع ويعيش في اذهان الاجيال ويحرك عجلة التاريخ الى الافضل .

أما المقال الذي يناقش موضوعا وقتيا عابرا فإنه ينتهي ويتلاشى في خضم الاحداث الهامة .

ولذا فإن المقال القضية لابد ان يخطط له حتى يستطيع الكاتب ان يغطي كافة ارجاء القضية التي يبحثها .

المقال القضية يجب الا يكتب من فراغ بل يجب ان يوضع له اطار عام يدور

في فلكله . وتنظر أهمية الاطار كلما كان المقال يعالج قضية خصبة وتقل أهمية الاطار وتضيق كلما كان المقال يعالج قضية ضيقة كما في المقال القصير ويختفي تماماً في مقال العبارات المجنحة (١١٤ - ١١٥).

وإذا كان في المقال القضية سمات علمية فإن السمة العلمية تكتمل في المقال العلمي .

٦- المقال العلمي الرياضي:

ان الصحافة العصرية لم تعد مجرد إعلام وأخبار فقط بل أصبحت صحفة معلومات أى أن المعلومات غدت عنصراً أساسياً في صحفة اليوم .

وفي الآونة الأخيرة بُرِزَ عدْدٌ كَبِيرٌ مِّن الصحفيين الَّذِين يَحَاوِلُونَ تَضْيِيقَ الْفَجُوْةِ بَيْنَ الْبَحْثِ وَبَيْنَ الْمَقَالِ حَتَّى اصْبَحَتْ بَعْضُ الْمَقَالَاتِ تَتَمَيَّزُ بِعِلْمَوْمَاتِهَا الْزَّاَخِرَةِ أَكْثَرَ مَا تَمَيَّزَ بِأَخْبَارِهَا الْمُجَلَّجَةِ بَلْ اعْتَادَتِ الْكَثِيرُ مِن الصحف على استقطاب كتاب المقالات العلمية كنوع من أنواع الخطبات الصحفية أو السبق الصحفي التي تتحققها الصحفة في بعض الأخبار .

ويرى الباحث انه يجب الاستعانة بالاساتذة من كليات التربية الرياضية للكتابة في مثل هذه المقالات العلمية في الصحافة الرياضية ويمكن ان تكون هذه المقالات في صورة سلسلة هذا من شأنه يساهم في زيادة الوعي الرياضي والثقافة الرياضية لدى القراء .

وتيسّر لغير القادرين منهم في الحصول على احدث المعلومات العلمية في مجال الرياضة دون الحاجة الى شراء بعض الكتب التي قد تميز بارتفاع اسعارها بالقياس الى سعر الصحفة .

والصحافة العصرية تفتقر الى هذه المقالات لعدم توافر الصحفي الباحث هذا بالإضافة الى عدم الاستعانة بالاساتذة المتخصصين في المجال الرياضي .

كما ان الالام بخطوات المقال العلمي يعتبر ضرورة ملحة لتحقيق مزيد من انتشار هذا النوع من المقالات العلمية والتى يمكن ان نوجزها في ثلاثة مراحل .

المراحل التي يمر بها المقال العلمي (١١٧ - ١٨):

- أ- جمع المعلومات عن طريق المقابلات الشخصية أو الكتب، أو الدوريات، أو المؤتمرات، أو الابحاث، أو الندوات.
- ب- تحليل المعلومات و دراستها بهدف استنتاج قواعد وقوانين معينة .
- ج- استخراج التائج والقواعد والقوانين المشتركة .

الفصل الثالث عشر

التعليق الرياضى

- تعريف التعليق الرياضى
- اجزاء التعليق الرياضى
- نموذج التعليق الرياضى

الفصل الثالث عشر

التعليق الرياضي

يعتبر التعليق من أهم الفنون الصحفية التي يتطلع إليها القارئ فالقارئ الذي قد شاهد المباراة في التليفزيون بالأمس وعرف نتيجة المباراة وانفعل معها وحدد موقفه لكنه عندما يعود في اليوم التالي يريد أن يعرف ما هو تعليق الصحيفة المتخصصة؟ كيف كانت ترى المباراة؟

وما هو رأيها في الحكم؟ وهل كان على حق عندما اعتبر الهدف الذي أحرزه أحد الفريقين تسلل أم لا؟

وهل كان على حق عندما احتسب لأحد الفريقين ضربة جزاء أم لا؟ وهكذا . . انه يريد من الصحيفة الرياضية أن تشاركه رأيه أو تبدي رأيها في المباراة. كذلك يتطلع القارئ أن يقف على رأى اللاعبين والمعلقين. أن عنصر المشاركة الرياضية أمر هام لأنها جماهيرية (١٨ - ١٣) .

ولذا يعتبر التعليق الرياضي من أهم موضوعات الصحافة الرياضية وبالتالي فلا بد من التعرف على ماهية التعليق الرياضي وأصوله وقواعد وكتابته؟ وما هي عناصره؟ وما هي أهم الأدوات التي يجب أن تتوفر فيه؟ وما هي مكوناته؟ حتى يمكن من الإسهام في وضع لبنة مهمة في بناء قواعد وأصول التعليق الرياضي بما يساهم في نجاح المنافسات الرياضية في كل ميادينها.

تعريف التعليق الرياضي:

لقد عرفه البعض بأنه : الصدق والأمانة وال موضوعية وهذا التعريف يتحدث عن الجانب الأخلاقي للتعليق. وقد عرفه أمين ساعاتي

(١٩٩٣) بأنه: الدراسة الوعية لكل المؤثرات التي تحيط بال المباراة والتي تتضمن بالضرورة تحليل أدوار كل من يسهم في صناعة المباراة وخارجها من إداريين وجمهور وارض وتحكيم وإعلام.

ويعد هذا التعريف أفضل التعريفات لأنه يتعرض للجانب العلمي والمهنى في مجال الصحافة وحتى يمكن فهم ماهية التعليق الرياضى وطرق كتابته بما يسهل ممارسة كتابة هذا التعليق فإنه يمكن وضع نموذج لهذا التعليق كما بينه أمين ساعاتى (١٩٩٣) وذلك كالتالى:

نموذج التعليق الرياضى:

المباراة تبدأ بالإدارى وتنتهى بالتحكيم أى تنتهي بصفارة الحكم اللاعبين يهئون نفسيا من أجل استلهام طرق وخطط اللعب والمدربون يصممون استراتيجيات اللعب ويوظفون هذه الاستراتيجيات على قدرات اللاعبين وليس العكس.

والجمهور يساند أو يؤيد الاجراءات الصحيحة ويشجب الاجراءات الملتوية والتحكيم يخرج المباراة في أزهى صورها أو العكس.

ولترجمة هذا الكلام إلى تعليق رياضى متكمال فإنه يمكن بناء نموذجا تفاعلا في داخله معطيات التعليق الرياضى.

ومن خلال مسابق يمكن ان نستنتج ست محاور هي: الإداريون، المدربون، الجمهور، الملعب، التحكيم، الإعلاميون هذا بالإضافة إلى ثلاثة عناصر هي:
استراتيجيات اللعب، مواهب اللاعبين، المساواة.

إن دراسة المحاور الستة التي تتقاطع مع العناصر الثلاثة تعطينا صورة واضحة عن التطورات والفعاليات التي وقعت في المباراة.

وبقدر ما يكون المعلق قادرا على استخدام هذه المحاور وتلك العناصر بقدر ما يكون تعليقه جيدا.

وتدور أحداث أي مباراة في فلك هذه المحاور وتلك العناصر بحيث تشكل في مجموعها أحداث المبارزة منذ الإعداد لها حتى انتهاء وقتها الرسمي .
وحتى نحصل على تعليق جيد من خلال هذا النموذج المقترن شكل (٥)
فإننا نفرغ المحاور الستة :

الإداريون، المدربون، الجمهور، الملعب، التحكيم، الإعلاميين في جدول عامودي (رأسي) كما نفرغ العناصر الثلاثة :
استراتيجيات اللعب، مواهب اللاعبين، المساواة في جدول (أفقي) بحيث يتقطيع كل محور من المحاور الستة مع كل عنصر من العناصر الثلاثة عندئذ يعطي التعليق الرياضي كل الجوانب المحيطة بالمباراة .

العناصر

المساواة	المواهب الذاتية لللاعبين	استراتيجيات اللعب (الطريقة - الخطوة - الأسلوب)	
<ul style="list-style-type: none"> - يساورون بين جميع اللاعبين في الحقوق والواجبات. - يهتمون بمشاكل اللاعبين الشخصية وال العامة على قدم المساواة. 	<ul style="list-style-type: none"> - يشجعون المواهب بتأييد اشتراكهم في المباريات. - يهتمون بالمواهب ويعملون على صقلها وزيادة اعدادها 	<ul style="list-style-type: none"> - يهبون اللاعبون نفسيا من أجل استلهام طرق وخطط اللعب. - يتعاقدون مع طاقم تدريب جيد لاختيار الطرق والخطط الأنسب - يساعدون جهاز التدريب في أحكام الرقابة على اللاعبين حتى يكونوا أهل لتطبيق استراتيجيات اللعب بكفاءة 	التساوی
<ul style="list-style-type: none"> - يساورون بين كافة اللاعبين في تكافؤ الفرص بالاعتماد على مواهب اللاعبين والقدرات الثانية وليس على العلاقات الشخصية 	<ul style="list-style-type: none"> - يوظفون استراتيجيات اللعب على مواهب اللاعبين وليس العكس 	<ul style="list-style-type: none"> - يصممون استراتيجيات اللعب 	المدربون
<ul style="list-style-type: none"> - يشجع جميع اللاعبين دون استثناء 	<ul style="list-style-type: none"> - يطالب باشتراك المواهب ويدافع عنهم ويحميهم من قرارات الإدارة أو المدرب التعسفية 	<ul style="list-style-type: none"> - يؤشر في تصميم المدرب الاستراتيجيات للعب وتتنفيذ اللاعبين لها عبر الانتقادات التي يوجهها لكليهما أو عبر التأييد الذي يقدمه لكليهما. 	البجهو
<ul style="list-style-type: none"> - يعطي الفرص المتساوية في اللعب على ملعب الفريق وملعب الفريق المناسب على حد سواء - حق اللعب في ارض محايدة 	<ul style="list-style-type: none"> - مواهب اللاعبين تبرع أكثر من الملاعب المزروعة والمشأت الزاحرة 	<ul style="list-style-type: none"> - تساعد امكانيات الملعب الفنية من ارض وتحطيم على تنفيذ وتطبيق استراتيجيات اللعب - يساعد الجلو العام للملعب من حيث الرهبة أو من حيث التصميم العام. فالملعب الكبير يؤثر في اداء اللاعبين بشكل مختلف عن الملعب الصغير 	الملعب
<ul style="list-style-type: none"> - يوزع الجزاءات على اللاعبين في الملعب دون مراعاة اللاعب الكبير على حساب اللاعب الصغير 	<ul style="list-style-type: none"> - يسهم التحكيم في تثبيط المواهب أو تقدمها 	<ul style="list-style-type: none"> - يساعد على نجاح تفليد استراتيجية اللعب أو العكس 	التحكيم
<ul style="list-style-type: none"> - يقيرون ويرحللون اللاعبين دون تحامل أو تواطؤ 	<ul style="list-style-type: none"> - يطالبون بتواجد اللاعب الكفاء واستبعاد غير الكفاء 	<ul style="list-style-type: none"> - يساهمون بخبراتهم الفنية في ثنيت أو تغيير استراتيجيات اللعب 	

- لقد راعى هذا النموذج كافة الاعتبارات كظروف الوقت وظروف الجريدة اليومية وظروف عامة الناس وليس ظروف قلة مثقفة واحدة فليس من الضروري أن يعطي المعلق كل فقرة في هذا النموذج تعطية شاملة فلكل مباراة ظروفها وملابساتها (١٨ - ١٣٢).

فمثلاً من الأمور التي قد يصعب علاجها في التعليقات الرياضية العلاقة بين الإدارة والمدرب أو بين الإدارة واللاعب. ففي حالات كثيرة تحتاج إلى اضافة واسعة لتجسيد علاقة الإدارة والمدرب في المباراة وأحياناً تكفى إشارة لاتتجاوز السطرين وفي أحياناً أخرى لا تحتاج حتى لمجرد سطر واحد فقط حيث يكتفى مثلاً بالقول:

إن الإدارة وفرت كل شيء للمدرب وليس للمدرب أي عنبر في عدم استثمار مواهب لاعبيه. على سبيل المثال: حينما أصدر الرئيس التنفيذي للمجلس الأعلى للشباب والرياضة قراراً بعودة المدرب المصري محمود الجوهري لقيادة المنتخب المصري.

هل يمكن للمعلق أن يتغافل عن هذا القرار وهو بقصد التعليق على أولى مباريات المنتخب في تصفيات كأس العالم؟

فيجب على المعلق أن يقول: يستأنف المنتخب الوطني التصفيات النهائية للشباب والرياضة بعودة المدرب الوطني محمود الجوهري.

ولقد وفر مجلس إدارة الاتحاد لجهاز التدريب كل الإمكانيات التي تمكنه من إداء مهامه على أكمل وجه ولقد شهدت تدريبات المنتخب في الأونة الأخيرة تغييرات في مراكز اللاعبين وطريقة وخطط لعب الفريق من هذه التغيرات . . . الخ.

ومن الأمثلة عن علاقة الإدارة بالتدريب مايلي: يبدو أن الخلاف بين رئيس نادي الزمالك ومدرب الفريق قد انعكس على مستوى الفريق الذي تعرض لترنيف النقاط في المباريات الأخيرة لموسم ١٩٩٦/٩٥.

ما سبق نجد ان تحليل العلاقة بين الإدارة والمدرب عند كتابة التعليق الرياضى في كثير من الأحيان على جانب كبير من الأهمية وبالمثل فإن تحليل العلاقة بين الإدارة واللاعب على جانب كبير من الأهمية أيضا. فالإدارة تسهم في صناعة اللعب وفي بعض المباريات تشكل عنصرا مهما في المباراة ولا بد لأى تعليق من ان يتناوله ويحلله.

وحتى يكون التعليق جيدا فإن واجب المعلق ان يحلل درجات التفاعل بين الخطوط الافقية والرأسمية وان لا يهمل احدهما حتى لا يقال بأن المعلق لم يغطي كافة جوانب المباراة أو أنه تحدث عن جانب من الجوانب أكثر مما تحدث عن الجانب الأهم.

فتسبيه الأهمية في التعليق يحددها حجم التفاعل بين عنصر وعنصر آخر في كل مباراة على حدة.

أجزاء التعليق الرياضي:

ان التعليق الرياضي كسائر فنون الإعلام الأخرى ينقسم الى:
١) مقدمة .
٢) نص .
٣) خاتمة .

من خلال ملئ النموذج في شكل (٥) السابق الاشارة إليه يمكن الحصول على تعليق رياضي على مستوى جيد. حيث يبدأ المعلق بكتابه المقدمة من خلال الاجابة المباشرة على الشقائق السبع والتي سبق الاشارة إليها.

فمثلا: لكتابه مقدمة عن مباراة حاسمة بين قطبي الكرة في مصر الزمالك والأهلى في الدوري العام يمكننا ان نكتب مقدمة من خلال طريقة الهرم المقلوب فنقول:

ماذا: اسفر لقاء القطبين الزمالك والأهلى عن فوز الزمالك بنتيجة ٢ / ٠
سجل أحمد الكاس هدف فريقه الأول في الدقيقة ٧٥ وسجل أمين منصور هدف فريقه الثاني في الدقيقة ٨٠ من المباراة.

متى : أمس .

لماذا : في الأسبوع الـ ٢٥ من الدوري .

أين : على ملعب استاد القاهرة الدولي .

كيف : الزمالك لديه ٥٨ نقطة وترتيبه الأول والأهلي ٥٧ نقطة وترتيبه الثاني .

من : حضر المباراة السيد رئيس الجهاز التنفيذي للمجلس الأعلى للشباب والرياضة ورئيس اتحاد الكرة وأعضاء مجلس إدارة الناديين وحكم المباراة طاقم حكام من فرنسا .

وليس بالضرورة ان يكون الترتيب السابق هو الترتيب الذى يجب ان يتبع فى كتابة المقدمة . فهذا يترك وفقا لطبيعة وظروف كل مباراة ودرجة أهميتها وحدتها . حيث يمكن للمعلق ان يقدم او يؤخر وفقا لما يشاء حسه وفكره ودرجة أهمية العنصر هذا بالإضافة الى امكانية اضافة بعض الجمل الى المقدمة التى تجسد الاهم فى المباراة .

وقد يلتجأ المعلق الى تزيين المقدمة باستخدام طريقة التوازن التحريري * مشيرا إلى تصريحات المسؤولين عن الفريقين المباريين التى ادلوا بها قبل المباراة ويفقابل هذه التصريحات مع بعضها البعض فى صورة تحديات متبادلة تعطى التعليق اثارة أكثر .

والمقدمة الناجحة هى التى تستطيع أن تعطى القارئ فكرة أوضح وأعمق عن محتويات التعليق . حيث فى احيانا كثيرة يرجى القارئ التعليقات المطولة إلى ما بعد عودته من عمله أو مدرسته أو جامعته ويكتفى بقراءة العناوين والمقدمات .

والمحرر الرياضي الجيد هو الذى يستطيع أن يملاً رأس قارئه بأكبر التفاصيل فى المقدمة بحيث يستطيع ان يجعل قارئه محاطا بالتعليق المفصل أكثر من قارئ صحيفة أخرى .

* يمكن الرجوع الى ص ١٦٥ من هذا الكتاب .

وبعد ان ينتهي المعلق الرياضى من كتابة المقدمة يبدأ فى ملئ النموذج وبذلك يكتب النص الذى من خلاله يوضح درجة التفاعل بين العمود الرأسى والعمود الأفقي فيجب على المعلق الرياضى ان يجمع موضوعات المbaraة من خلال الملاحظات التى يكتبه اثناء سير المbaraة فبعض المعلقين يعتمدون على الذاكرة فى تغطية نموذج التعليق.

وهذا خطأ فلابد من رصد الملاحظات من واقع المbaraة وبصورة متسلسلة حتى يستطيع الكاتب أن يعالج التعليق بالتسليسل الطبيعي الذى وقع للmbaraة .
إذا كانت وظيفة المقدمة اعطاء القارئ أهم الحقائق بسرعة وباختصار فإن نص التعليق يركز على اجابات (كيف؟ ولماذا؟ وكم؟) والتعليق يكون تأثيره أكبر إذا استخدم المعلق الرياضى بعض المعايير والاحصاءات والأرقام لتقييم اللاعبيين مثال: أحمد الكاس ٩/١٠ ، اسماعيل يوسف ٩/١٠ ، خالد الغندور ٨/١٠ أو رصدا العدد .

وهناك بعض الاسئلة التي يجب على المعلق الرياضى ان يضعها فى اعتباره قبل البدء فى التعليق وهى :

- أ- من الذى يهمه التعليق؟
- ب- لماذا يهمه التعليق؟
- ج- والى مدى سيكون اهتمامه بالتعليق؟

لاشك أن الاجابة على هذه الاسئلة تتعلق بالقارئ . فالمعلق الرياضى يجب الا يعزل نفسه عن القارئ . فالقارئ هو العنصر الاساسى لنجاح المعلق الرياضى القارئ العام الذى ينظر الى المنافسة بصورة اشمل واعم لانظرة القارئ المتحيز لفريق معين .

وبعد الانتهاء من كتابة نص التعليق ينتقل المعلق إلى «الخاتمة» التي لابد وان تكون قوية وواضحة وليس مسرفة فى الطول حيث ان التطويل لا يوضح

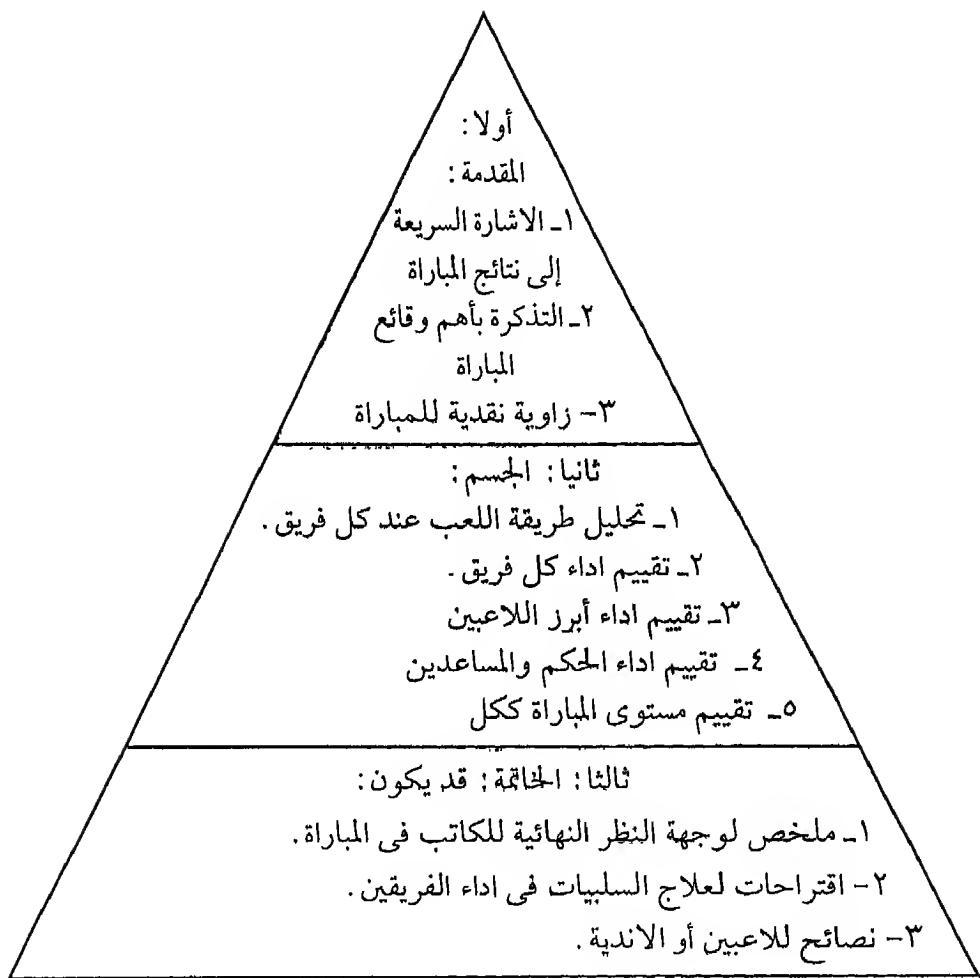
الفاصل بين الخاتمة وجسم الموضوع، ولذلك كثيراً ما يرتبط بالمقدمة ويكون صدى لها، كما أنها توجز مجموعة الأفكار والآراء وترتبطها بعضها البعض ومستخلص منها التنتائج المنطقية المترتبة على المعلومات والتحليل والرأي.

والتعليق الرياضي عليه أن يتتجنب عرض أفكاره الذاتية أو انطباعه الخاص في الخاتمة لأن هذا شيء يتعلق ببعض الفنون الصحفية الأخرى كالمقال أو العمود وخبر خاتمة للتعليقات الرياضية هي التي تقدم حلولاً واقتراحات إيجابية لفرق المباريات واللاعبين والحكام والجمهور.

فالفريق المهزوم يجب أن يعرف من التعليق لماذا هُزم والفريق الفائز يجب أن يعرف لماذا فاز واللاعب والحكم يجب أن يعرف كل منهما لماذا تحسن أو انخفض مستواه وهكذا (١٣٥ - ١٣٦).

فالخاتمة يجب أن تكون قوية ومعبرة وتشكل جزءاً أساسياً من التعليق وليس مجرد اضافة يمكن الاستغناء عنها اذا لزم الامر.

ويوضح فاروق أبو زيد (١٩٩٣) أجزاء التعليق الصحفى الرياضى فى قالب هرمى معتدل وذلك كالتالى:



شكل (٧)

يوضح اجزاء التعليق الصحفي الرياضى في قالب هرمي معتدل

الفصل الرابع عشر

الخطبى الحديثى الصحفى الرياضى

- مفهوم الحديث الصحفى
- تعريف الحديث الصحفى الرياضى
- أهمية الحديث الصحفى الرياضى
- عوامل نجاح الحديث الصحفى الرياضى
- الحديث الصحفى والفنون الصحفية الأخرى
- الحديث الصحفى والتصریح الصحفى
- خطوات اعداد الحديث الصحفى الرياضى
- أنواع الحديث الصحفى الرياضى
- اجزاء الحديث الصحفى الرياضى

الفصل الرابع عشر

الحديث الصحفى الرياضى

مفهوم الحديث الصحفى:

عرفت صحفة القرن التاسع عشر الحديث الصحفى ولكن لم يستخدم بشكل عام كفنون الصحفية إلا مع بداية القرن العشرين ثم أخذ في التطور حتى أصبح واحداً من أبرز فنون التحرير الصحفى الهامة في الصحفة الحديثة وخاصة الصحفة الرياضية. ومع اختراع أجهزة التسجيل واتشارها في الصحفة جعل من الممكن ليس فقط تسجيل الحديث كما ينطق بالفعل وإنما أتاح أيضاً إمكانية الاحتفاظ بنص الحديث على شرائط الكاسيت وبالتالي تجنب الصحفيين تهمة اختلاف بعض الأقوال التي ترد على لسان المتحدث أو تكذيب ما نشر في هذا الحديث (٥٦ - ١٦).

والحديث الصحفى الرياضى هو عبارة عن لقاء أو مقابلة تتم بين صحفى أو أكثر وشخصية رياضية أو أكثر هذه الشخصية قد تكون (لاعب - مدرب - إداري - مسئول) للحصول على معلومات أو بيانات أو حقائق رياضية حول بعض الأحداث أو القضايا أو الموضوعات الرياضية أو التعرف على وجهات النظر أو الآراء في أمور تشغله الرأى العام في المجال الرياضى أو لالقاء الضوء على هذه الشخصية الرياضية وتعريف القراء بها أو لتسلية القراء وامتعتهم عن طريق المواقف الرياضية الطريفة أو الخفيفة أو لبعض أو كل هذه الأهداف معاً.

والحديث الصحفى الرياضى قد يكون وسيلة أو أداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات الرياضية للعديد من الأشكال أو الفنون الصحفية الأخرى كالخبر أو التحقيق أو التعليق (٦٥ - ١٨٨).

أما الحديث الصحفى الذى نحن بصدده الان نعنى به نشر المادة الصحفية الرياضية التى تم الحصول عليها عن طريق المقابلة فى شكل حديث صحفى مستقل هو الحديث الصحفى الرياضى .

تعريف الحديث الصحفى:

لقد عرفه عبدالعزيز الغنام (١٩٨٦) بأنه: عبارة عن موعد يطلبه المحرر للحصول من شخصية هامة (مسئول - إدارى - مدرب - لاعب - حكم) على بعض التصريحات أو المعلومات التى تهم الرأى العام .

تعريف الحديث الصحفى الرياضى:

لقد عرفه أمين ساعاتى (١٩٩٣) نقاً عن سبيكر كرامب بأنه: تلك التقارير الصحفية التى يكتبها المحررون الرياضيون عن المقابلات التى يقومون بها مع الشخصيات الرياضية المختلفة بقصد الإعلام والنشر أو هو الحديث الذى يجرى بين سائل ومسئول .

أهمية الحديث الصحفى الرياضى:

- تأتى أهمية الحديث الصحفى الرياضى فى أنه يرد أو يجيب على الأسئلة التى يتحدث عنها الناس فى المجال الرياضى وتشغل تفكيرهم ومن هنا تأتى خطورة هذا الفن الصحفى الذى يعيش مع الأفراد احداث الساعة فى المجال الرياضى الذى يتلهف الناس على معرفة الرأى فيها .

- الحديث الصحفى الرياضى يرضى غريزة حب الاستطلاع لدى قراء الصحافة الرياضية فى التعرف على كل ما يتصل بحياة الشخصيات الرياضية التى يقوم باستضافتها وخاصة تلك الشخصيات التى لا يسهل للقارئ أن يكون على صلة وطيدة بها أو يجلس معها أو يتحدث إليها .

- يتيح للقراء فرصة التقرب من الشخصيات العامة والهامة فى المجال الرياضى وخاصة تلك التى تمثل القدوة لهم للتعرف على اسرارهم

وتجاربهم وخبراتهم للاسترشاد بها بما يكتنفهم من تحقيق مايرجوه من نجاح في حياتهم الخاصة.

- يعد الحديث الصحفى الرياضى أحد الدعائم البارزة التى تهدف الى ارتفاع معدلات توزيع الصحف الرياضية لذا خصصت الصحف الرياضية اقسام كاملة لفن الحديث الصحفى الرياضى لتلبية مطالب الجماهير من ناحية ولرفع معدلات التوزيع من ناحية اخرى.

- يعتبر الحديث الصحفى الرياضى مادة اساسية فى ربط القارئ بالصحيفة وتوطيد العلاقة بها من خلال إزالة الغموض وتوضيح كافة الأمور والنقاط التى تحيط ببعض المشكلات فى المجال الرياضى باستضافة بعض الشخصيات التى لها علاقة بهذه المشكلات أو قريبة منها للتعرف على أسبابها والقراءة فى كل ما يتعلق بها ومعرفة كل الظروف المحيطة بها.

- يقوم الحديث الصحفى الرياضى بنقل القارئ إلى مكان الاحداث الرياضية وتعايشه لها من خلال ارسال المحررين إلى مكان هذه الاحداث وتكون مهمتهم توجيه الاسئلة الى شهود العيان الذين عاصروا وشاهدوا الاحداث واجراء الاحاديث معهم لانه ليس فى وسع القارئ العادى ان يتواجد ويعايش فى كل مكان تقع فيه الاحداث الرياضية.

مع مراعاة أنه ليس بالضرورة أن تنشر الاحاديث الصحفية الرياضية على شكل اسئلة واجوبة فربما كان فى نشر المانى نفس القيمة الخبرية للأسئلة والاجوبة ويستطيع القارئ من خلاله معرفة الحقيقة كاملة ويكون الحديث الصحفى الرياضى حقق الهدف منه (٣٥ ، ٣٦).

عوامل نجاح الحديث الصحفى الرياضى:

أن نجاح الحديث الصحفى الرياضى يتوقف على مدى براعة المحرر الصحفى الرياضى وقوه شخصيته وقدرته على إدارة الحوار مع الشخصية التى يقوم باستضافتها وكذلك قدرته على التصرف فى المواقف المحرجة التى قد تحدث اثناء

إدارة الحوار مع الشخصية لذا لابد للصحفى الرياضى ان يكون لبقا صدره رحب سريع البديهة لماحا قادر على خلق جو من الصداقة والالفة والاطمئنان مع هذه الشخصية بما يكتنه من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات الهاامة (٦-٣٧).

أيضا يجب على المحرر الصحفى أن يكون أمينا فى نقل ما يفصح عنه ضيوف الحوار بأن لاينسب إليهم أقوال أو معلومات لم يدلوا بها بما يشجعهم على أجراء مثل هذا الحوار فيما بعد.

كذلك لابد للمحرر الصحفى الرياضى أن يعرف كل شيء عن الشخص الذى سيتحدث إليه فإذا كان لاعب يعرف تاريخ هذا اللاعب سواء كان محليا أو دوليا والبطولات التى حصل عليها أو ساهم فى الحصول عليها والأندية التى قام بتمثيلها وكذلك المدرب. أما إذا كان مسئولا فلابد أن يعرف المناصب التى قام بشغلها أو الوظائف التى تدرج فيها.

وكذلك يجب أن يعرف ما هى اهتماماته وما يحبه وما ينفر منه وذلك لأن الصحفى الذى يدرس الموضوع الذى سيتحدث فيه ولا يعرف شخصية المتحدث لا يضمن النجاح فى الحصول على حديث صحفى ناجح يحقق اهدافه.

يجب على المحرر الصحفى الرياضى أن يبدأ الحوار أو الحديث مع المتحدث بكلمات مهذبة رقيقة وأن يلقى استئله على المتحدث من خلال حديث ودى عادى وان يشعر المتحدث بالالفة ولا يغفل ان يطعم الحديث ببعض عبارات المجاملة مع مراعاة الا تصل المجاملة إلى أكثر من ذلك فتصبح نفاق أو رباء.

ويجب على المحرر الرياضى ان يراعى الا يعد اسئلة محدوده أو قليلة بل عليه أن يعد رؤوس بعض الموضوعات وان يوجه الاسئلة وفقا لشخصية المتحدث ولطبيعة سير الحديث مع مراعاة تسلسل احداثه وتشعب موضوعاته.

الحديث الصحفى الرياضى والفنون الصحفية الأخرى:

إن فن المقابلة الصحفية عند بعض الباحثين فى الإعلام الرياضى هو اسم مرادف لفن الحديث الصحفى الرياضى كما ان التحقيق الصحفى الرياضى يلتقي

في كثير من خطوطه والوانه مع الحديث الصحفى الرياضى أما الريبورتاج فهو نوع من أنواع التحقيق الصحفى الرياضى . فهذه الفنون الثلاث (الحديث الصحفى الرياضى - التحقيق الصحفى الرياضى - الريبورتاج الصحفى الرياضى) تتشابه بل وتطابق في كثير من الأحيان في وظائفها وأغراضها الصحفية (١٥٨-٨).

لذا فقد اكتفينا بالكتابة عن الحديث الصحفى في الاشارة إلى الخطوط الدقيقة التي تميز الحديث الصحفى عن التحقيق الصحفى عن الريبورتاج الصحفى حتى لا يؤدى الى مزيدا من التكرار لداعى له .

إن الصحفى الذى يحرر الحديث الصحفى الرياضى اثنا يحرر تقريرا عن مقابلة دارت بينه وبين شخص أو مجموعة اشخاص يعملون في المجال الرياضى وحينما يتم تقسيم الحديث الصحفى الرياضى إلى عدة أنواع أو اقسام نجد ان ذلك يسوقنا إلى الحديث عن الصحفى الرياضى والعكس صحيح .

فالتحقيق الصحفى الرياضى هو تغطية تحريرية مصورة يجريها محررا أو مجموعة محررين رياضيين تتخللها مقابلة أو مجموعة مقابلات مع شخص أو عدة اشخاص يعملون في المجال الرياضى حول ظاهرة من الظواهر الرياضية أو مكان من الاماكن الرياضية فى زمن رياضى معين بغية اكتشاف كنه خبر ما (٢٥-٧٣) .

الحديث الصحفى الرياضى والتصريح الصحفى الرياضى:

إن التصريح الصحفى الرياضى يمكن تميزه عن الحديث الصحفى الرياضى دون أى التباس . فمثلا:

عندما يصرح مسئول في الاتحاد المصرى لكرة القدم بأن «نادى الزمالك لن يشتراك في البطولة العربية للأندية ابطال الدوري القادمة» فهذا التصريح لا يتعدى كونه تصريحا ولا ينبغى ان نعتبره حديثا صحفيا وانما هو تصريح اخباري .

وكذلك السؤال الذى يوجهه الصحفى الرياضى بالمطار إلى زائر أو أى شخصية رياضية قادمة أو مغادرة البلاد لمهمة رسمية لا يعتبر حديثا صحفيا .

وبالمثل فإن التفاف الصحفيين الرياضيين حول الرئيس التنفيذي للمجلس الأعلى للشباب والرياضة بعد جلسة طويلة عقدت خصيصاً لمناقشة انسحاب نادى الزمالك من مباراته امام الاهلى فى الموسم الرياضى ١٩٩٦-١٩٩٥ لكرة القدم فإن هذا أيضاً يدخل فى نطاق التصريرات الصحفية الرياضية السريعة.

وكذلك فإن التصريح الذى يدلّى به حكم المباراة أو مدير الكرة بالنادى أو المدرب عقب مباراة فريقه هذه كلها وغيرها ليس احاديث صحفية رياضية وإنما هي تصريحات صحفية رياضية.

خطوات إعداد الحديث الصحفى الرياضى:

هناك بعض الخطوات التي يجب ان يقوم بها المحرر الصحفى الرياضى لإعداد الحديث الصحفى الرياضى يمكن من خلالها وضع صورة مثلى لهذا الحديث ١٨٩-١٩١). وهى كالتالى:

١- تحديد موضوع الحديث:

على أن يراعى في تحديد هذا الموضوع أن يكون مرتبطاً بقضايا أو مشاكل رياضية تهم الرأى العام الرياضى أو تمس مصالح عدد كبير من القراء.

٢- اختيار الشخصية:

ويراعى اختيار هذه الشخصية ما يلى:

- ان تكون شخصية رياضية مهمة أو معروفة أو مشهورة أو جعلت منها الاحداث أو الظروف الرياضية شخصية مهمة كالابطال الرياضيين الحائزين على ميداليات أولمبية أو قارية أو متونسية أو غيرها.
- مراعاة ان يتم اختيار الشخص الرياضي المناسب للحديث في موضوع الحوار سواء كان لاعباً أو إدارياً أو مسؤولاً أو خبيراً رياضياً أو أحد افراد الجمهور.

- مراعاة اختيار الشخصيات المتخصصة علمياً ومهنياً في الموضوع الرياضي بل والمقابلة بينهم بحيث يتم اختيار الشخصية التي تعرف أكثر عن هذا الموضوع والأقدر على أن تضيف فيه جديد أو شيئاً مهماً لقراء الصحيفة.

٣- اجراء دراسة تمهدية استطلاعية حول الموضوع الرياضي:

الذى يدور حوله الحوار للتعرف على جوانب هذا الموضوع من خلال مصادر المعلومات الخاصة بالصحفى (الارشيف الخاص به أو مكتبه الخاصة أو اتصالاته الخاصة) أو مصادر المعلومات الرياضية الخارجية وهذه الدراسة تفيد الصحفى أو المحرر الرياضى فى النواحى الآتية :

- مساعدته فى صياغة الأسئلة المحددة المعتمدة على المعلومات الرياضية الدقيقة وليس الأسئلة العامة غير المحددة التي يغلب عليها الطابع الانمائى وكذلك تساعدة أيضاً فى ترتيب هذه الأسئلة .

- اختيار جوانب وابعاد زوايا لم تسبق معالجتها فى موضوعات صحافية رياضية أخرى مما يجعل الحديث يشكل اضافة جديدة للقارئ وليس تكراراً لما سبق ان تناولتها صحف أخرى .

- مساعدته فى معرفة ما يريد الحصول عليه بدقة .

- مساعدته فى إدارة الحوار والمناقشة بحيث لا يجد جاهلاً بالموضوع أو مجرد متلقى فقط يقوم بدور جهاز التسجيل حيث يطرح الأسئلة ويسجل الإجابات دون أن يكون له دور ايجابي فى اثارة نقاط جديدة تثير الحوار وتجعله أكثر حيوية .

- كما أنها تعد بمثابة محك لديه للتأكد من دقة المعلومات الرياضية التي قد يطرحها المتحدث معه .

- تقيد بها تشمله من معلومات وبيانات عند صياغة الحوار فى شكله النهائي مما يزيد من استفادة القارئ من هذا الحديث .

- كما ان ادراك المتحدث بأن الصحفى على دراية بالموضوع الذى يتتحدث فيه يشجعه على الخوض فى اعمق الموضوع ولا يكتفى بطرح مجرد معلومات سطحية حوله.

٤- الاستعانة بالمعلومات المتوفرة حول شخصية المتحدث معه:

تاریخه الرياضي كلاعب دولی أو محلی وبطولاته وانجازاته كمدرب أو كإداری ومؤهلاته العلمية والرياضية وغير ذلك من المعلومات المتعلقة به وكذلك رائئه السابقة وتصریحاته وذلك من خلال الاستعانة بالارشيف الخاص به في قسم المعلومات الصحفية الرياضية ان وجدت أو محاولة جمعها من بعض المصادر الاخرى التي قد تيسّر له وهذه الخطوة تفید الصحفى أو المحرر الرياضى في بعض النقاط نذكر منها:

- فهم شخصية المتحدث معه والمدخل المناسب لها بما يعنيه على إدارة الحوار معه بشكل ناجح .

- التعرف على فکره الرياضي السابق وتصوراته حول الموضوعات والقضايا الرياضية المختلفة أو الموضوع أو القضية التي هي بصدده الحديث عنها مما يساعدك في صياغة الأسئلة والمناقشة ودراسة مدى الاتفاق والاختلاف في هذه الآراء وأسبابه .

- كما انه في حالة الاطلاع على ملف الصور الفوتوغرافية الخاصة بالمتحدث معه اذا تيسّر له ذلك خاصة اذا لم تكن للمحرر الصحفى الرياضي معرفة سابقة مع المتحدث معه فالصور الفوتوغرافية قد تعطى الصحفى انطباعات معينة عن شخصية المتحدث وان كانت غير صحيحة أو على الأقل تعفيه من الحرج الذي قد يقع فيه اذا ذهب الى المتحدث معه وهو لا يعرف ملامحه .

٥- تحديد الأسئلة وإعدادها وترتيبها:

وذلك في ضوء اهداف الحديث ومن خلال الاستعانة بالدراسة التمهيدية التي اجريت حول الموضوع الذي يدور حوله الحديث الصحفى الرياضي واحيانا يكتفى

الصحفى بوضع بعض النقاط كمؤشرات يدور حولها الحوار بحيث يكون هناك حرية أكبر في الحوار والمناقشة ولكن يفضل أن تترجم كل نقطة منها إلى مجموعة من الأسئلة التي يجب أن يراعى عند صياغتها بعض الملاحظات ذكر منها:

- تجنب الأسئلة التي قد توحى بآجاة معينة وخاصة الأسئلة التي تتطلب معرفة الرأى الحقيقى للمتحدث معه فيها.
- الابتعاد عن الأسئلة التي تحتمل الآجاة بنعم أو لا وخاصة في حالة تهرب المتحدث معه من الآجاة على نوعية معينة من الأسئلة.
- تجنب السؤال الذى قد يتعرض لأكثر من فكرة أو لأكثر من نقطة قائمة بذاتها.
- الابتعاد عن الأسئلة الطويلة التي قد تدفع المتحدث إلى الملل أو عجزه عن فهم المطلوب منه الآجاة عليه.
- الا تصاغ الأسئلة بأسلوب استفزازى أو هجومى أو ساخر يثير الشك أو ييلو فيها ان الصحفى يتخذ موقفا مسبقا من المتحدث معه أو من الموضوع أو القضية الرياضية التى يسأل عنها.
- تجنب السؤال حول موضوعات لاتدخل فى دائرة تخصص أو مسئولية المتحدث معه فطرح مثل هذه الأسئلة قد يدفعه أما للتهرب من الحوار كلية أو الاضطرار للخوض فى مجالات ومواضيع لا يعلم عنها الكثير وهذا كله يضعف الحوار ويقلل من قيمته.
- كذلك لابد من ترتيب الأسئلة بحيث يقود كل سؤال للآخر ويكمel كل منها الآخر بحيث لا يعود المحرر الصحفى للسؤال حول نقطة متصلة بموضوع فرعى معين سبق ان سأله عنه من قبل.

٦- الاستعداد لإجراء الحديث الصحفى.

٧- تحديد المكان المناسب للمقابلة:

مع مراعاة ان يكون هذا المكان ملائما لكل من الصحفى والشخص الذى يجرى معه الحوار قدر الامكان.

٨- تحديد موعد اللقاء:

بأن يبدأ بإجراء الاتصال لتحديد موعد اللقاء لإجراء الحديث الصحفي الرياضي ويلاحظ أن الأشخاص يختلفون في مدى الاستعداد أو القدرة أو القابلية للحديث إلى الصحافة الرياضية.

وتنقسم الشخصيات الرياضية المستهدفة بالحديث الصحفي الرياضي إلى ثلاثة فئات هي :

- **فئة متعاونة**: وهذه الفئة مستعدة وقابلة للحديث إلى الصحافة الرياضية وهي لا تناول أن تخلق أي صعوبات أمام الصحفي الرياضي بل تعاونه في إجراء هذا الحديث .

- **فئة متربدة**: وهي فئة قلقة متوترة تحب الحديث مع الصحفيين الرياضيين ولكنها في نفس الوقت تخاف من تبعات التعامل مع الصحافة الرياضية وما يمكن أن تثيره من مشاكل أو متابعة .

- **فئة متهربة**: وهي فئة تكره الحديث إلى الصحافة الرياضية وهي بطبيعتها لا تثق في أحد ولا تثق بالصحافة الرياضية ولا الصحفيين الرياضيين بصفة خاصة وأهم ما يميزها أنها شخصية انطوانية لا تتحدث إلا بحسب (٣٠ ، ٢٩).

٩- إجراء الحديث:

بعد أن يقوم الصحفي أو المحرر الرياضي بتحديد موعد اللقاء ومكان هذا اللقاء مع المتحدث عليه الالتزام بهما لأن ذلك من العوامل التي تجعل المتحدث معه يثق في الصحفي الرياضي ويحترمه وهذه الخطوة خطوة إجراء الحديث تعتمد على ذكاء الصحفي الرياضي وحسن اختياره للبداية التي يجب أن يبدأ بها الحوار بأن يلجم إلى الطريقة المثلثى التي يبدأ بها فعليه أن يمهد الجو المناسب الذي يسمح بأن تبدو عملية طرح الأسئلة تلقائية وطبيعية دون تكلف ويستحسن في هذه الحالة إلا يبدأ في القاء الأسئلة مباشرة فإنه يمكن أن ينتهي مثلاً موضوعاً أو

مشتركاً بينهما أو موضوعاً طريفاً أو موضوعاً يشكل اهتماماً خاصاً لدى المتحدث ليدير معه حواراً فصيراً مما يجعل المتحدث معه يتخلص من التوتر الذي قد يتخلل عملية إجراء الحديث ويجعله يشعر بالاطمئنان والارتياح للصحفى الرياضى.

وب مجرد أن يدرك الصحفي الرياضى أن هذا قد تحقق وأن الجو أصبح ملائماً لإجراء الحوار أو الحديث عليه أن يبدأ بطرح الأسئلة الخاصة ب موضوع الحديث.

وهناك بعض القواعد التي يجب أن يراعيها الصحفي الرياضى عند قيامه بطرح الأسئلة (١٨ - ١٩٤) نذكر منها:

- ان يكون الصحفي الرياضى هادئاً متزناً يطرح أسئلته بصوت واضح.
- البطء في القاء الأسئلة بالدرجة التي تسمح للمتحدث معه بمتابعة الصحفي وفهم سؤاله.
- لا يعتمد الصحفي الرياضى في القاء الأسئلة على الورقة التي أعدت فيها هذه الأسئلة ولكنها يجب عليه أن يكون مستوعباً للاسئلة ثم يلقيها بعد ذلك من ذاكرته.
- القاء سؤال واحد في كل مرة.
- مراعاة التسلسل المنطقي عند القاء هذه الأسئلة تبعاً لمجريات أحداث الموضوع.
- الانصات للمتحدث معه بشكل جيد وإعطائه الوقت الكافى للإجابة واعطائه مساحة من الزمن بعد أن ينتهى المتحدث معه من إجابته حتى يعطيه الفرصة للاضافة اذا اراد أو يعني اخر يشعره انه يتوقع منه المزيد فلا يعجله بسؤال آخر عقب انتهاءه من اجابة السؤال السابق.
- الا يقاطع الصحفي الرياضى المتحدث معه اثناء اجابته حتى ولو كان المتحدث معه من يتحدثون كثيراً أو طويلاً خارج موضوع الحديث عن ذكرياته وتجاربه وخبراته والنجازاته في المجال الرياضى. فمهارة الصحفي هنا ان يشعر المتحدث معه انه مهتم للغاية بمتابعة حديثه والاستفادة من

هذه التجارب وتلك الخبرات وفي نفس الوقت يسعى بلباقه وبطريقة مهذبة الى ان يربطه مرة اخرى بموضوع الحديث الاساسى حتى ولو كرر ذلك بل وعليه الا يظهر أى ضيق أو عدم ارتياح لذلك حتى لا يؤثر ذلك على الجو النفسي للحوار.

- ان يتتجنب الصحفي الرياضى فرض حكمه او ارائه على المتحدث معه .
- كذلك تجنب القاء الاسئلة باسلوب الاستجواب او التحقيق البوليسى .
- تجنب الصحفي الرياضى إكمال الجمل للمتحدث معه حتى ولو لاحظ انه يتلمس الكلمات بصعوبة حتى لا يؤدي الى ارتباكه وتغاضيه عن ذكر ما كان يقصده فعلا .
- عدم الاسراف في التعاطف مع المتحدث معه .
- الا يظهر الصحفي الرياضى انبهاره أو دهشته اذا أدلى المتحدث معه بحقائق معينة لم يتوقعها الصحفي فيكون متحفظا في اظهار شعوره نحو ما يسمع .
- ان يكون الصحفي الرياضى شريكًا فعالا في الحديث وليس مجرد مستمع فقط أو مستجوب ولا مانع من التعقيب المناسب على اجابة المتحدث معه وابداء وجهة نظره اذا تطلب ذلك .

١٠- تسجيل الحديث:

وهناك طريقتان رئيسيتان لتسجيل الحديث الصحفي الرياضى (٥٦ - ٣٣) هما :

أ- طريقة التسجيل في النوتة:

وهي من أكثر الطرق شيوعا بين صحفي العالم وتعتمد على التسجيل في نوطة أو اجندة خاصة بالصحفى الرياضى وهذه الطريقة صعبة ومرهقة وتحتاج من الصحفي الرياضى ان يكون يقظا ودقيقا حتى يمكنه الالام بكل ما دار في الحديث

وهي تحتاج الى صحفي يكون صاحب خبرة . ولكن من عيوب هذه الطريقة انها تصرف الصحفي الرياضى على ان يكون ايجابيا في المناقشة والخوار لاهتمامه بكتابه كل ما يقال .

ومن عيوبها أيضا ان يصبح الصحفي الرياضى غير أمينا سواء عن قصد أو من غير قصد نتيجة لسقوط جزء من الحديث وبالتالي عدم نشره .

ب- طريقة استخدام أجهزة التسجيل:

وهي أسهل وأفضل من الطريقة الأولى حيث يتم تسجيل نص الحديث باستخدام جهاز للتسجيل (كاسيت) وعند استخدام هذه الطريقة يجب على الصحفي الرياضى ضرورة استئذان المتحدث معه قبل ذلك وهذه الطريقة تميز بالدقة خاصة إذا اراد الصحفي الرياضى نقل رأيا للمتحدث معه بنصه لاصياغته باسلوب الصحفي الرياضى الذى قد يغير فى جوهر رأى المتحدث معه دون قصد . كما ان هذه الطريقة تجعل الصحفي الرياضى أكثر ايجابية نتيجة لتفرغه لإدارة الخوار والمناقشة كما يمكنه أيضا من ملاحظة تعديلات وجه المتحدث معه والتى تفصح عن افكار تعجز الكلمات ان تعبّر عنها أو يكون لها مدلول معين يتبيّنه الصحفي الرياضى .

الا أن عيوب هذه الطريقة شعور بعض الاشخاص بالتوتر والرهبة اذا تحدثوا امام جهاز التسجيل مما قد يفقد الحديث الصحفي الرياضى الكثير من المعلومات والاراء الهامة كما انها قد تحد من حرية التعبير وبالتالي يفقد الحديث جانبا كبيرا من التلقائية والعفوية المطلوبة بل أنه احيانا يدفعه الى الافعال والتচنّع ومن عيوبها أيضا تعرض الجهاز للاعطال المفاجئة مما يعيق تسجيل كل أو بعض جوانب الحديث لذا فإنه ينصح بضرورة التأكد من سلامة الجهاز قبل اجراء الحديث واختبار طريقة تسجيله وكذلك ينصح أيضا بضرورة الاحتفاظ ببعض البطاريات قد يضطر لاستخدامها نتيجة لانقطاع التيار الكهربائي أو عدم توفر ذلك .

١١- صياغة الحديث الصحفى الرياضى:

تعتبر صياغة الحديث الصحفى الرياضى أو تحريره هى الخطوة الاخيرة من خطوات عمل الحديث ولكنها تعتبر خطوة هامة وخطيرة لانها الخطوة التى سيخرج منها الحديث الصحفى الرياضى الى القارئ وتمر هذه الخطوة بثلاث مراحل (٦٥ - ١٩٨ ، ١٩٩) هي :

- أ- مرحلة التمهيد لصياغة الحديث فى شكله النهائى من خلال :
 - مراجعة المادة الصحفية الرياضية التى تم الحصول عليها للتأكد من أنها كاملة ومتسقة .
 - إعداد المواد المصورة المصاحبة للحديث سواء كانت صور فوتوغرافية أو رسوم تعبيرية أو ساخرة أو توضيحية .
- ب- مرحلة اختيار الصياغة أو الاسلوب المناسب لطبيعة موضوع الحديث والمادة التى تم الحصول عليها ليصاغ بها هذا الحديث . وهنالك مجموعة من الصيغ أو الاساليب يمكن للصحفى الرياضى ان يختار منها نذكر منها :
 - الصيغة التقليدية التى تقوم على سرد السؤال والاجابة عليه (س.ج) ويعاب على هذه الصيغة فى أنها احيانا قد تبعث الملل وتبدو اقرب الى شكل التحقيق او الاستجواب البوليسى وهى تلائم الصحفى المبتدئ .
 - الصيغة التى تعتمد على حذف نص الأسئلة التى طرحتها الصحفى الرياضى مع صياغة اجابات المتحدث معه باسلوب يفهم منه السؤال المطروح المحذوف .
 - صيغة الاعتماد على اقتباسات من اقوال المتحدث معه يتخللها فقرات تربط بين هذه التصريحات قد تكون تاريخه الرياضى كلاعب أو كمدرب أو كادارى لبعض الفرق وذلك للمتحدث معه أو وصف للمكان أو الزمان الذى دار فيه الحديث بحيث ان تكون كل فقرة ربط تتصل بشكل أو باخر مع طبيعة التصريحات التى تسبقها أو تبعها . وتميز هذه الطريقة

بالحيوية وتجعل القارئ يشعر بال التجاوب والمشاركة مع الشخصية الرياضية التي يجري معها الحديث.

- صيغة المزج وهي تتلخص في أن يقوم الصحفي الرياضي بالمزج بين ما يحصل عليه من اقتباسات من نص حديث المتحدث معه وأسلوب الصحفي نفسه مع مراعاة أن تكون الاقتباسات خاصة براءة المتحدث معه وأسلوب الصحفي تكون متصلة بالمعلومات والحقائق الرياضية التي يوردها المتحدث معه.

- صيغة السرد أو القصة وفيها يقوم الصحفي الرياضي بصياغة الحديث كله بأسلوبه الخاص في شكل سردي أقرب ما يكون للمقال أو في شكل قصصي روائي يبدو فيه تصاعد المواقف وذروة للأحداث وهكذا . . .

وهذا الأسلوب يحتاج إلى خبرة صحفية طويلة تجعل من صاحبها صاحب أسلوب متميز هذا بالإضافة إلى أن طبيعة المعلومات والبيانات والحقائق تسمح باستخدام هذا النوع من الصياغة

جـ- مرحلة تحرير الحديث اعتماداً على الصيغة التي تم اختيارها من الصيغ السابقة.

أنواع الحديث الصحفي الرياضي:

لقد وضع المهتمين بال المجال الإعلامي عدة تقسيمات لأنواع الأحاديث الصحفية فقد قسمها البعض تبعاً لاهداف ووظائف كل منها وبعض الآخر قسمها تبعاً لموضوعاتها أو موادها وقد قام كل من عبد اللطيف حمزة (١٩٦٥) واجلال خليفة (١٩٧٢) بوضع تقسيم لهذه الأحاديث وذلك كالتالي :

١- حديث الخبر:

والغرض منه جمع الأخبار واستقصاء بعض المعلومات والبيانات الرياضية الجديدة حول واقعة أو حادثة أو بطولة أو مباراة والرجوع في ذلك إلى الأشخاص الذين شاركوا أو شاهدوا ذلك .

٢- حديث الرأي:

وهو حديث يهدف الى الحصول على اراء اصحاب الخبرة أو اراء المتخصصين في احدى المجالات الرياضية وذلك تبعاً لموضوع الحديث نفسه للتعرف على ارائهم ووجهات نظرهم تجاه موضوع الحديث وعلى الصحفى ان يقوم بعرض جميع الاراء المعارض منها أو المؤيد على السواء ويترك للقارئ استخلاص الحقيقة بنفسه.

٣- حديث التسلية:

وهو حديث الغرض منه الترويح والتسلية والترفيه عن القراء ويعتمد على البحث في حياة المتحدث معه وتصوير شخصيته عن قرب وابراز المواقف الطريفة للمتحدث معه.

٤- حديث الجماعة:

ينقسم هذا النوع من الحديث الى فرعين النوع الأول: أن يختار الصحفي فئة معينة من اللاعبين، أو المدربين أو الحكم على سبيل المثال ويوجه اليهم سؤالاً واحداً لا يتغير ويحصل منهم على اجابة معينة وبذلك يستطيع ان يخرج بصورة صادقة لقطاع معين أو فئة معينة في مساحة الرأي العام في المجال الرياضي.

النوع الثاني: ان يسأل الصحفي الرياضي مجموعة من المتخصصين في رياضة من الرياضات تكون ذات صلة وثيقة بمشكلة من المشكلات التي تهتم الصحفية الرياضية ببحثها والوصول فيها الى حل (٤٦ - ٤٠).

٥- حديث المؤتمرات الصحفية الرياضية:

وهو حديث يدلّى به احد الشخصيات البارزة في المجال الرياضي المحلي أو الدولي كرئيس المجلس الأعلى للشباب والرياضة أو رئيس اللجنة الاولمبية أو رئيس اتحاد لعبة أو رياضة معينة وذلك في حضور مثلى الصحف الرياضية وذلك للاجابة على اسئلة أو مناقشة قضية تشغّل الرأي العام في المجال الرياضي أو التي

تجرى عقب انتهاء المنافسات مع مدربى الفرق وبحضور ممثل الصحف الرياضية للتعرف منهم على بعض النواحي الفنية والتكتيكية فى هذه المنافسات وانطباعاتهم كمدربين على هذه المنافسات وتقديم تفسيرات لاهم احداث هذه المنافسات .

٦- الحديث الاعلاني:

والقصد من هذا الحديث هو الدعاية والترويج كالحديث الذى يتم اجراءه مع رئيس الاتحاد المصرى لكرة القدم عن تنظيم مصر لبطولة كأس العالم للشباب عام ١٩٩٧ موضحا فيه دور احدى الشركات فى تمويلها لهذه البطولة باعتبارها الراعى الرسمى لهذه البطولة .

وعلى الرغم من محاولة تحديد الخطوط والحدود التى تفصل بين نوع وآخر الا ان الفصل التام بينهما يبدو مستحيلا فهى ليست فوacial جامدة لام肯 اختراقها وانما هى حدود وفواصل نظرية فقط من اجل تحديد المعالم والخصائص . فمثلا يستطيع الصحفي الرياضى ان يجرى حديثا صحفيا يشتمل على كل نوع من هذه الانواع أى أنه يستطيع مثلا ان يتنظم حديثا فى الخبر و الرأى معا وهكذا . . .

اجزاء الحديث الصحفى الرياضى:

ينقسم الحديث الصحفى الرياضى الى عدة اجزاء هى :

- (١) العناوين الرئيسية .
- (٢) مقدمة الحديث .
- (٣) جسم الحديث .
- (٤) الخاتمة .

ولقد سبق الحديث عنها راجع الفصل الحادى عشر ولكن يمكن وضع اشكال مختلفة لمقومات الاحاديث الصحفية الرياضية كما وضعها محمود علم الدين وليلي عبدالمجيد (١٩٩١) وهى كالتالى :

- ١- مقدمة خبرية: ترکز على خبر رياضى مهم أو تصريح رياضى جديد مهم جاء على لسان المتحدث معه .

٢- **مقدمة تلخيصية:** وهي التي تلخص أهم الأفكار والحقائق والمعلومات الرياضية أو وجهات النظر في موضوع أو قضية رياضية والتي طرحتها المتحدث معهم.

٣- **مقدمة الوصف:** وهي قد تعتمد على وصف الاشخاص الرياضيين المتحدث معهم من حيث سماتهم وخصائصهم الجسمية والنفسية ووصف المكان الذي دار فيه الحوار أو الجو النفسي للحوار أو وصف لتصرف أو سلوك غير متوقع.

٤- **مقدمة الحوار:** وهي تعتمد على ابراز جزء مهم من الحوار الذي دار بين المتحدث معه والصحفى.

٥- **المقدمة الاقتباسية:** فتبدأ المقدمة بأقوال أو تصريحات رياضية مهمة مقتبسة من النص كما وردت على لسان المتحدث معه.

٦- **المقدمة القنبلة:** عبارة عن جملة واحدة قصيرة وموحدة ولكنها تباغت القارئ بما لم يكن يتوقعه أو ينتظره فتحدث تأثير القنبلة.

٧- **مقدمة التساؤل:** وهي تطرح أهم الأفكار الرياضية التي سيتناولها الحديث في شكل مجموعة تساؤلات بحيث يجب المتحدث عن هذه الأسئلة.

٨- **مقدمة التباين أو التناقض:** وتعتمد هذه المقدمة على ابراز التناقض بين بعض الامور أو الواقع أو الحقائق أو التصريحات أو المعلومات الرياضية. ويُجدر الإشارة إلى أن اختيار نوع معين من هذه المقدمات يتوقف مع طبيعة المادة الصحفية الرياضية نفسها.

الفصل الخامس عشر

النقد الرياضى

- تعريف النقد الرياضى .
- دور الناقد الرياضى .
- الشروط التى يجب توافرها فى الناقد الرياضى .
 - حق النقد الرياضى .
 - النقد الرياضى المباح .
 - اركان النقد الرياضى .
 - اداب النقد الرياضى .

الفصل الخامس عشر

النقد الرياضى

تعريف النقد الرياضى: هو الشكل الصحفى الذى يضع فيه الناقد الرياضى رؤيته فى قالب مقبول عند القارئ الوعى المحايد.

والنقد يكشف عن وعي الناقد وعن باطنه وعما يدفعه ويكشف عن تكوينه الأخلاقى وبنائه الفكرية الراخمة.

ودور الناقد هو إعادة التوازن الى الجوانب المضطربة فى حياة بعض الرياضيين فيساعد على نضج الوجودان ويساهم فى بناء الإنسان بحيث يكون قادرا على أن يرى بطريقة أفضل ويسمع بطريقة أفضل ويتأمل بطريقة أفضل.

ووظيفة النقد اشبه ما تكون بوظيفة القضاء أنه يركض خلف الحقيقة والموضوعية ما وسعته الموهبة والعلم والأمانة من اداء وعطاء.

وعلى الناقد ان يسلم بأنه لن يعرف الحقيقة بنسبة ٠٠٪ لأن الحقيقة نسبية فالذى يعتبر حقيقة عند البعض فهى ليست كذلك عند البعض الآخر.

وفي حياتنا اليومية نحن نسلم بيقينية اشياء كثيرة نجدها عند الاختيار والفحص تحتاج الى إعادة تقويم وتقييم وخاصة فى مجال البحث العلمي الذى يبني على الشك.

وهذا لايعنى أننا نشك بصورة مطلقة فى امكانية التوصل الى معرفة الاشياء ذلك لأن الحقيقة لايمكن ان تكون رهنا بالذاتية الفردية وبسمات الانسان المزاجية وإنما هى نتيجة أو ثمرة نظرية العقل السليم فى الاشياء ومعرفة قوانينها وعللها وللهذا فالحقيقة التى لاتستند الى براهين أو حجج ثابتة ولا تقوم على مسلمات بدبيهية لا يمكن الاخذ بها أو التسليم بها (١٨ - ١٨٧).

ويرى ارسطوا ان إدراك الحقيقة شيء عسير جدا لأنه يحتاج الى مساهمة كل العقول البشرية مساهمة فعالة. عقول الماضي والحاضر والمستقبل.

إن البحث عن الحقيقة قد يكون عسيرا من ناحية وسهل من ناحية أخرى ويبرهن الواقع على ان احدا لا يدرك الحقيقة إدراكا كاملا ولا أحد يجهلها كاملا (٨٤ - ٣١).

ويجب على الناقد ضرورة قراءة الاثر الذى يود نقده قراءة جيدة لان الخطأ فى القراءة يفرز بالضرورة الخطأ فى النقد.

دور الناقد الرياضى:

إن دور الناقد الرياضى ليس مجرد ممارسة للمديح المستمر أو أنه تجسيد للثناء العاطر فقط ولا على أنه ممارسة لقدرات هذا الناقد العلمية والرياضية.

فقد يعتبر بعض النقاد ان كل ما يصدر عن الجهة الإدارية أو المسؤولين هى احداث فوق مستوى النقد.

فوظيفة الناقد الأولى هي الابداع وهذا الابداع لا يتحقق الا إذا استخدم الناقد معيار الموضوعية في التحليل والطرح فالنقد في جوهره الاساسى هو التصريح بالرأى الآخر ضمن المبادئ والتقاليد والأخلاق الكريمة.

فالذين يعرفون النقد بأنه: ذكر للايجابيات والسلبيات معا فهذا يعتبر خلطا بين وظيفة مدير العلاقات العامة ووظيفة الناقد.

فوظيفة مدير العلاقات العامة هي ابراز معالم الاثر أو المشروع المطروح للمناقشة أو التعليق كما لا يجوز مؤاخذته إذا كتب تقريرا يبرز فيه محاسن المشروع الذي صدر عن إدارته لان هذه وظيفته.

لكن الناقد ليس امامه إلا أن يقوم بتوظيف قدراته من أجل التقاط المأخذ وتحليلها بأسلوب بعيد عن التهجم أو التشنج أو التعصب بما يساهم في عملية البناء والتنوير.

ويجب أن نلاحظ بأن تاريخ الفكر الرياضي يبدأ أو ينتهي عند حدود الابداع والتنظير والتفكير، فالمدح مهما كانت مبرراته لا يعتبر ابداعا رياضيا أو تنظيرا فكرييا يستحق عليه صاحبه ان يكون في عداد المفكرين واما هو نشاز طارئ في نسيج العملية التاريخية.

ولذلك فإن المؤرخ الأمين يلغى المدح ولا يهتم به ويلتفت ويهتم بعرض وتخليل التنظير والتفكير والممارسة الموضوعية في عمليات البناء والتنوير (١٨ - ١٩٠، ١٩١).

هناك كثير من الاحداث الرياضية التي تتطلب ان يكون النقد في مستوى هذه الاحداث من أجل نهضة رياضية شاملة نقدا لا يعرف كيف يدح أو يجامل؟ ولكنه يعرف كيف يقيم ويقوم ويشمن ويحلل بطريقة بناءة وموضوعية وحتى يمكن ذلك لابد من التعرف على الشروط التي يجب توافرها في الناقد الرياضي الجيد.

الشروط التي يجب توافرها في الناقد الرياضي:

- (١) الموهبة.
- (٢) العلم.
- (٣) الامانة.

فإن الموهبة التي يفترض أنها تتوفر في كل ناقد رياضي تحتاج بالفعل إلى الممارسة إلى جانب الهواية.

والسؤال الذي يطرح نفسه: هل يجب أن يكون الناقد الرياضي لاعبا سابقا يتمتع بخبرة الممارسة أو بالأمكان التجاوز عن شرط الممارسة وقبول مبدأ اجازة العمل الرياضي للإعلاميين الذين لم يمارسوا اللعب؟

إن الارتباط بشرط الممارسة الرياضية يعني حرمان الكثير من الصحفيين في المجال الرياضي عن ممارسة أعمالهم الاعلامية وهذا يتطلب منا أن نتحدث عن الحد الأعلى والحد الأدنى من شروط العمل في الإعلام الرياضي. وقد يصعب

توافر هذا الشرط فلذا فإنه يمكن قبول الحد الأدنى وهو أن يحمل الناقد موهبة الصحافة وموهبة المتابعة في المجال الرياضي الذي يود أن يعمل فيه فهذا المؤهل يكفيه للمساهمة والإبداع بشكل لا يقل عن أولئك الذين مارسوا اللعب أو اللعبات التي يتناولونها بالفقد (٤ - ٢١١).

ويفضل أن يكون الصحفي الرياضي مارساً للعبة أو من خريجي كليات التربية الرياضية لأنّه أقدر وأجدر على فهم القواعد والقوانين الخاصة باللعبة التي ينقدّها وكذلك النواحي الفنية والتكتيكية الخاصة بها بما يمكنه من استخدام المصطلحات الخاصة بها بكل دقة وبما يمكنه أيضاً من قراءة أفكار اللاعبين قبل سلوكهم بما يسهل للقارئ من سهولة متابعة ما يكتب عنها من نقد وبالتالي زيادة الاهتمام بها.

هذا بالإضافة إلى توافر بعض الصفات في الناقد الرياضي التي من خلالها يمكن المساهمة بفاعلية في توفير المناخ المناسب للنهوض بالرياضة وتطويرها ومن هذه الصفات (١٨ - ٢١٤، ٢١٥) ما يلى :

- ١ - ان يكون محباً لهذا العمل متفانياً فيه بمعنى ان يكون لهذا العمل رسالته في الحياة.
- ٢ - أن يكون إعلامياً موهوباً ورياضياً ملماً باللعبة التي يتناولها بال النقد والتحليل إذ انه ليس من المنطق ان يكتب عن لعبة لا يعرف فنونها ولا أصولها ولا القوانين التي تنظمها.
- ٣ - ان يكون ملماً بتاريخ البلاد الرياضي وتاريخ الألعاب المختلفة من ناحية أخرى يكون ذو دراية بما يكتب وواثقاً منه.
- ٤ - ان يسعى إلى الانضمام إلى الجمعيات الإعلامية الدولية التي توفر له المجال المناسب للاحتكاك وتبادل المعلومات وان يكون عضواً عاملاً وابيجابياً فيها.
- ٥ - ان يكون متعمقاً بموهبة إعلامية ليتمكن من التقاط الأخبار المهمة بسهولة وقدراً على الكتابة الجيدة.

٦- أن يكون أميناً وصادقاً وموضوعياً فلا يتحيز للاعب أو نادى على حساب الآخر.

٧- مساعدة القارئ على فهم دلالة الأخبار وإدراك ما وراء الأخبار.

٨- مساعدة الصحيفة نفسها على الانتفاع بالأخبار الرياضية بحيث تتماشى مع سياسة الصحيفة والسياسة العامة للدولة.

٩- الالتزام بمقاييس الشرف الصحفي.

إن ناقداً رياضياً بهذه المواقف لا يتوقع منه إلا أن يكون ممسكاً بحقوقه في عمليات البناء والتطوير الرياضي في بلادنا فالناقد الرياضي في حاجة إلى أن يمتهن الإعلام ويفهم الرياضة ويدون هاتين المعرفتين فإنه سيتحقق في هذا الفن الذي أصبح علماً له أصوله وقواعد الذي يدرس في الكليات ليس في كليات الإعلام والأدب قسم إعلام فحسب ولكن في كليات التربية الرياضية أيضاً*.

حق النقد الرياضي

النقد الرياضي المباح: هو ابداء الرأي في أمر أو عمل رياضي أو موضوع أو قضية رياضية دون المساس بشخصية صاحب هذا الأمر أو العمل أو الموضوع أو القضية وبغير التشهير به أو الخط من كرامته. وعلى ذلك فالنقد الرياضي المباح لا يتضمن قذف أو سب أو اهانة لأى شخص أى ليس فيه مساس بشرف الغير أو اعتباره أو سمعته وإنما فيه نهى على تصرفه أو عمله أو سلوكه فقط.

فالفرق بين الشخص وبين تصرفاته هي التي تحدد دائرة العدوان الذي يعاقب عليه القانون ودائرة النقد الرياضي الذي لا جريمة فيه (٦٦ - ٤٠٧)

ولذا يمكن القول بأن النقد الرياضي لا يكون مباحاً إلا إذا كان بسلامة نية أى يكون خالياً من قصد التشهير والتحقير لأنّه حين يخلو منها يكون من النتائج الطبيعية للعيش في مجتمع حر.

والنقد الرياضي بهذا المفهوم هو تعليق على تصرف أو سلوك وقع فعلاً من

* يمكن الرجوع إلى ص ١١٦، ١١٧ من هذا الكتاب.

شخصية رياضية معينة (لاعب - حكم - مدرب - إداري) أو هو حكم على واقعة ثابتة وصريحة غير منكورة حدثت في المجال الرياضي.

فاختراع الواقع المشينة أو مسخ الواقع الصحيحه التي تحدث في المجال الرياضي بشيء يجعلها مشينة فان هذا لا يعتبر نقدا.

فحق النقد يقوم على خمسة أركان اذا تخلف احدها بطل الاحتجاج به وتعرض مدعيه للمسئولية الجنائية او المدنية او كليهما وهذه الأarkan (٤٠٩ - ٦٦) هي:

- (١) الواقعه الثابتة.
- (٢) الرأى أو التعليق.
- (٣) موضوع يهم الجمهور.
- (٤) العبارة الملائمه.
- (٥) سلامه النية.

أولاً: الواقعه الثابتة:

النقد الرياضي هو حكم على واقعة ثابتة وصريحة وغير منكورة حدثت في المجال الرياضي . فليس من النقد الرياضي أن يختراع الناقد الرياضي الواقع ثم يعلق عليها وينتقدا فإذا كانت الواقع لا أساس لها فإن الدافع بحق النقد ينهاه . وكذلك ينهاه هذا الدافع إذا كانت الواقع قد مسخت أو شوهرت أو لم تذكر كلها بحيث يفسد ذلك معناها وجوهرها .

وليس من النقد الرياضي انشاء أو إعلان واقعة لا يجيز القانون انشائها أو إعلانها مطلقا أو لا يجيز القانون إنشائها أو إعلانها إلا إذا كانت متعلقة بشربيحة أو طائفه معينة من المجتمع الرياضي كاللاعبين أو الجمهور أو الحكم أو أعضاء نادي معين على سبيل المثال ، وكانت هذه الواقعه صحيحة .

ويصبح حق النقد الرياضي مطلقا في الواقع التي أعلم الجمهور بها بالفعل وصارت في حوزته سواء تعلقت هذه الواقع باللاعبين أو المدربين أو الحكم أو غيرهم لأن الواقعه متى ما أصبحت مشهورة وكانت متعلقة بمصلحة عامة ووقدت في حوزة الجمهور أصبح من حقه ان يتدارسها ويقللها على مختلف وجهها

ويستخلق منها كل التتائج والفوائد التي يمكن استنتاجها بعد البحث والمناقشة العلنية فيها.

ثانياً: الرأى أو التعليق:

يجب ان يكون الرأى متصلاً بالواقعة التي حدثت في المجال الرياضى والتي يستند عليها هذا الرأى ويؤسس عليها بحيث لا يفصل عنها مطلقاً بما يمكن القارئ من تقدير قيمة هذا الموقف.

فإذا ذكر الرأى بدون الواقعه المقررة التي تسند له لم يكن ذلك نقداً ونناقد الذى ينحرف عن الصدق كان نقله غير نزيه أما إذا لم يوجد هذا الانحراف أو كان ضئيلاً كان النقد مباحاً.

مع وجوب الفرص أن يكون لكل ناقد رياضى الحق في اعتناق الرأى الذى يرضاه مهما كان خطأه أو مبالغة فيه ولكن بشرط أن يلتزم في طريقة تعبيره عن رأيه المحدود المعقول للنقد التزيم فإذا تجاوزها حق عليه العقاب عن القذف أو السب الذى وقع منه (للاستناده يمكن الرجوع إلى الفصل الثامن).

ثالثاً: موضوع يهم الجمهور:

حيث يجب أن يكون الموضوع الذي يعالجه الناقد الرياضى يهم قطاع كبير من الجمهور فلا يجوز بحججه النقد التعرض للحياة الخاصة سواء للاعبين أو المدربين أو الحكام أو غيرهم من يعملون في الحقل الرياضي واعتبار أن حياتهم الخاصة امتداد لحياتهم العامة وإن هذا لا يقبل التجزئة فمثل هذا يخرج النقد الرياضي عن نطاق المحدود الذي يجب أن يعمل من خلالها.

رابعاً: العبارة الملائمة:

يجب أن يصاغ النقد الرياضي في صيغة ملائمة أو مناسبة للموضوع بحيث لا يخرج عن دائرة الاباحة وخاصة اذا جلأ الناقد الرياضي الى السخرية من الشخص أو العمل أو التصرف الذي ينقده أو إذا استعمل عبارة عنيفة أو قاسية طالما كانت الظروف والوقائع تجعل ذلك معقولاً أو مقبولاً.

وحق النقد الرياضى كغيره من الحقوق يتنهى عندما يساء استعماله لأنه لايجوز أن يكون هذا النقد مبررا للسب أو التشهير أو التجريح فالنقد الرياضى لا يتفق مع الفحش من القول أو الرسم أو الصياغة.

خامسا: سلامه النية:

وحسن النية في النقد الرياضى يتكون من جزئين:

١- توخي النفع العام أى الرغبة في إفادة الجمهور بارشاده إلى الصواب لتبعة وتنبيهه إلى الباطل ليتجنبه وليس اشباعاً لباعث شخصى بحث لدى الناقد كالانتقام أو التشفي.

٢- اعتقاد الناقد الرياضى صحة الرأى الذى يديه لاصحة الواقعه التى يبني عليها هذا الرأى . فالواقعه يجب ان تكون ثابتة ولايغنى عدم ثبوتها اعتقاد صحتها الا في بعض الأحوال الاستثنائية التي يكون فيها الناقد الرياضى مع ما بذله من جهد في التحرى لاثبات هذه الواقعه إلا أنه وقع في الخطأ واعتقد ثبوتها مع أنها ليست صحيحة .

والاصل من حسن النية يفترض في الناقد الرياضى أنه استعمل حقه كناقد رياضى لصحيفة أو مجلة معينة متوكلاً على الغاية التي شرع من أجلها . ولكن لايجوز نفى هذه القرينة باثبات سوء نيته بالفعل ويستفاد سوء النية من كل قرينة أخرى تدل عليها كمحاولة الناقد الرياضى الحصول على مال أو منفعة شخصية من ينقده قبيل نشر النقد المزعوم أو في حالة عدم تناسب عنف العبارات مع الموضوع الذي يجرى عليه النقد أو التعليق .

ومن خلال العرض السابق فانتا يمكننا استخلاص بعض القواعد والأداب التي يجب ان يتلزم بها الناقد الرياضى والتي يمكن ان نطلق عليها اداب النقد الرياضى والتي يمكن وضعها في النقاط الآتية :

١- أن تكون هناك واقعة ثابتة غير منكورة فليس من النقد أن يختلف الناقد الرياضى الواقع ثم يعلق عليها وينقدها كذلك يجب الا تكون هذه الواقع قد مسخت أو شوهت بحيث يفسد ذلك معناها وجواهرها .

- ٢- يجب أن يكون التعليق متصلًا بالواقعة التي يستند إليها ليكون في ملازمة التعليق والواقعة ما يعين القارئ على تقدير قيمة هذه الواقعة .
- ٣- يجب أن يصاغ النقد الرياضي صياغة ملائمة للموضوع بعيدة عن المبالغة أو التهويل .
- ٤- يجب أن يكون الموضوع الذي يعالجه الناقد الرياضي يهم قطاع كبير من الجمهور (جمهور القراء) .
- ٥- توافر حسن النية أى توخي النفع العام أو الرغبة في افادة الجمهور واعتقاد الناقد الرياضي صحة الرأى الذي يبديه .

الفصل السادس عشر

التحقيق الصحفى الرياضى

- تعريف التحقيق الصحفى الرياضى
- افكار التحقيق الصحفى الرياضى
- مصادر افكار التحقيق الصحفى الرياضى
- خطوات اعداد وتنفيذ التحقيق الصحفى الرياضى
- صياغة التحقيق الصحفى الرياضى
- قوالب صياغة التحقيق الصحفى الرياضى
- أنواع التحقيق الصحفى الرياضى

الفصل السادس عشر

التحقيق الصحفي الرياضي

تعريف التحقيق الصحفي الرياضي:

التحقيق الصحفي الرياضي هو: عبارة عن تحرى ودراسة وبحث حول فكرة رياضية معينة أو قضية رياضية معينة أو ظاهرة معينة تشغل الجماهير الرياضية فى وقت ما ويدور حولها سلسلة من التساؤلات والاستفهامات التى تحتاج لاجابة والمشكلات الرياضية التى تحتاج إلى حلول من خلال الاستعانة بالمصادر المختلفة لها سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة واجراء سلسلة من اللقاءات مع الاطراف المعنية بها سعيا وراء الوصول إلى حلول او اجابات لها.

الفكرة التي تصلح تحقيقاً صحفياً رياضياً:

إن الفكرة التي تصلح لكي تكون تحقيقاً صحفياً رياضياً لابد وان تكون هذه الفكرة تماس قطاع كبير من الجماهير الرياضية وتعبر عن احتياجاتهم واهتماماتهم وان تتسم بالجدة أى تقدم كل ما هو جديد، أو تقوم بمعالجة جديدة ورؤوية مختلفة في حالة إذا كانت هذه الفكرة قدية (٢٠٤ - ٦٥).

مصادر أفكار التحقيق الصحفي الرياضي:

تتعدد المصادر التي يمكن للصحفي الرياضي أن يستقى منها تحقيقاته الصحفية الرياضية نذكر منها:

- ١- المواد الإعلامية التي يقدمها الإعلام الرياضي .
- ٢- المشاهدات المختلفة للصحفي الرياضي وتجاربه أو تجارب غيره في المجال الرياضي .

- ٣- المباريات والبطولات والدورات والمسابقات المحلية والدولية والأولمبية والقارية أو الظروف الطارئة التي تقتضي توجيه الجمهور نحو هدف معين.
- ٤- القصص الإنسانية والحالات الشاذة والغريبة التي قد تحدث في المجال الرياضي.

- ٥- الدراسات والابحاث والمؤتمرات العلمية التي تجريها كليات التربية الرياضية أو الهيئات البحثية في المجال الرياضي وكذلك التقارير والنشرات والوثائق التي قد تصدر في المجال الرياضي.

خطوات إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي الرياضي:

هناك بعض الخطوات التي يبر بها إعداد وتنفيذ التحقيق الرياضي والتي يجب أن يتبعها المحرر الصحفي الرياضي عند قيامه بذلك (٦٥ - ٢٠٥، ٢٠٦) وهي كالتالي :

١- الخطوة الأولى التخطيط:

وهذه الخطوة تمر بعدة مراحل هي :

- تحديد الهدف من الموضوع وحيزه المكانى والزمانى مع دراسة مدى أهمية هذا الهدف للجمهور الرياضى المستهدف ومدى اتفاق هذا الهدف مع السياسة التحريرية للصحيفة الرياضية واتجاهاتها الرياضية.
- اختيار التوقيت المناسب لعمل التحقيق ونشره بما يضمن شد انتباه القارئ المستهدف وعدم انصرافه عن قراءاته أو متابعته.
- عمل دراسة استطلاعية بهدف فهم الموضوع ومعرفة أبعاده وجذوره الرياضية والتاريخية وما سبق ان كتب أو قيل عنه من خلال المصادر الرياضية المختلفة.
- عمل دراسة مبدئية للمصادر الرياضية التي يمكن ان تساعد في الادلاء بأى معلومات أو اراء تساهم في نجاح هذا التحقيق.

- وضع الخطة وذلك في ضوء نتائج الدراسة السابقة هذه الخطة تتضمن الآتي:

* النقاط التي ستناولها الموضوع بالترتيب.

* المصادر الحية (البشرية) وغير الحية (الصحف - الدوريات - الكتب)
التي يمكن الاستفادة بها في الأدلة بالمعلومات والآراء حول هذا
الموضوع بالترتيب.

٢- الخطوة الثانية التنفيذ:

وذلك من خلال المراحل الآتية:

- جمع المعلومات والواقع والآراء الرياضية من المصادر المختلفة والتي سبق
تحديدها وترتيبها.

- مراجعة ما تم الحصول عليه للتأكد من أنه قد تم فعلاً تغطية كل جوانب
الموضوع الرياضي والتعرف على كل الآراء التي تدور حوله.

- تحليل ما تم الحصول عليه من معلومات رياضية وتصنيف الآراء وذلك
بغية الوصول للنتائج أو الحلول المقترنة.

صياغة التحقيق الصحفي الرياضي:

إن صياغة التحقيق الصحفي الرياضي تمر بـ مرحلتين (٦٥، ٢٠٧، ٢٠٨) هي:

١- مرحلة إعداد المادة لصياغة.

٢- مرحلة الصياغة نفسها.

- **المرحلة الأولى:** مرحلة إعداد المادة لصياغة تمر أيضاً بعدة خطوات وذلك
كالتالي:

- فرز المادة التي تم الحصول عليها لاختيار المناسب منها.

- وضع خطة تتضمن عناصر صياغة الموضوع مرتبة حسب أهميتها طبقاً
لوجهة نظر المحرر الرياضي.

- على ضوء هذه الخطة يتم تصنيف المادة لتوضع كل منها تحت عنصرها.
- يتم جمع آراء المصادر التي تم الاستعانة بها والتي تدور حول نقطة واحدة مع بعضها البعض.
- **المرحلة الثانية:** مرحلة الصياغة نفسها (صياغة التحقيق) تنقسم هذه المرحلة إلى أربعة أجزاء هي :
 - (١) المقدمة.
 - (٢) الهيكل أو الصلب.
 - (٣) الخاتمة.
 - (٤) العناوين الرئيسية.

أ- المقدمة:

يجب ان تكون مشوقة وجذابة بحيث تشد انتباه القارئ وتجعله يقدم على القراءة وتقدم له فكرة عن الموضوع ولكنها لا تشخص الموضوع حتى لا يكتفى القارئ بقراءتها وهي وبالتالي لاتزيد عن فقرتين أو ثلاثة ونجاح المحرر الرياضى فى كتابتها يتوقف عليه نجاحه فى صياغة الموضوع كله .

ب- الهيكل:

ينقسم الهيكل الى مجموعة من الفقرات كل فقرة تتضمن فكرة أو عنصر من عناصر التحقيق وعند صياغته يجب على المحرر الرياضى ان يراعى الاتى :

- * البدء بالفقرة الأكثر أهمية فالاهم فالمهم وهكذا.
- * التسلسل المنطقي للفقرات بحيث تقود كل فقرة للآخرى حتى لا يرهق القارئ في متابعة قراءة هذا التحقيق.
- * الاعتماد على الجمل القصيرة وتجنب استخدام الجمل الطويلة وتجنب الافراط في استخدام الجمل الاعترافية.
- * يمكن الاستعانة ببعض عبارات المصادر التي تحدثت في الموضوع ويكون ضروريًا في حالة عرض رأى لهذه المصادر بما يضفي الحيوية على التحقيق.
- * تجنب ان تبدأ كل فقرة بكلمه (يقول فلان....) لأن هذا يقضى على

الهدف من هذه الفقرة ويجعل التحقيق في صورة رتيبة مملة قد ينصرف القاريء عن قراءتها.

* يتم عرض الحقائق بصورة صادقة وكاملة وهذا يتطلب تقديم الشواهد والبراهين مع كل عنصر وتقديم الأمثلة المدعمة بالارقام والاحصائيات التي تؤكد هذا العنصر.

وهي نهاية التحقيق يقوم فيها المحرر الرياضى بتقديم تلخيص ما انتهى إليه هذا التحقيق من نتائج قد تمثل فى حلول أو اجابات أو اقتراحات بحيث لا تزيد الخامنة عن فقرتين وتنتهي بعبارة قوية تمس جوهر التحقيق.

- العنوان الرئيسي:

يمكن الرجوع إليها في الفصل الحادى عشر فقد سبق الحديث عنها.

قوالب صياغة التحقيق الصحفي الرياضي:

هناك بعض القوالب التي يمكن ان يصاغ من خلالها التحقيق الصحفى الرياضي (٦٥ - ٢٠٩) نذكر منها:

١- قالب العرض: ويتم من خلاله عرض كل جوانب المشكلة الرياضية وأبعادها المختلفة.

٢- قالب القصة: هذا النوع يتناسب مع التحقيقات التي تتناول وقائع رياضية متسلسلة الاحداث.

٣- قالب الوصف: حيث يتم تناول حادثة معينة في المجال الرياضي كأحداث العنف التي تقع في الملاعب الرياضية.

٤- قالب الاعتراف: ويكون مع مرتكبي احداث العنف في الملاعب سواء كانوا من اللاعبين أو الجمهور أو المدربين ويعرف من خلاله عن مسئوليته في هذه الاحاديث.

وليس معنى عرض هذه النماذج من قوالب صياغة التحقيق الصحفي الرياضى أنه لابد وأن يلتزم بها المحرر الصحفي الرياضى بهذه القوالب ليست جامدة أو ثابتة بل هناك مجالاً كبيراً للابتكار والتجدد.

أنواع التحقيق الصحفي الرياضى:

هناك نوعان أساسيان للتحقيق الصحفي الرياضى (٦٥ - ٢١٠، ٢١١) هما:

١- التحقيق الصحفي الرياضى المفصل أو الطويل:

هذا النوع من التحقيق يعتمد أساساً على الكلمة حيث تكون الكلمة هي الأساس تصاحبها المواد المصورة (صورة فوتوغرافية - رسوم - اشكال توضيحية) ويقوم المحرر الرياضى بالالتقاء بالمصادر المختلفة وقراءة الوثائق الرياضية والاستعانة بكل وجهات النظر والآراء الرياضية المؤيدة والمخالفة لوجهة نظر المحرر الرياضى. وقد يستعين في تحليله وتفسيره بالحواسيب الاليكترونية التي تعطى البيانات مصنفة مجدولة جاهزة للتحليل.

وحتى يمكن للمحرر الصحفي الرياضى من القيام بإجراء تحقيق صحفي رياضى ناجح لابد من الاستعانة بأدوات جمع البيانات الخاصة بمناهج البحث العلمى الاجتماعى وتقنياته الحديثة في التخطيط للتحرك الصحفي وفي جمع المادة الصحفية الرياضية وتصنيعها وتحليلها للوصول إلى استخلاصات منها على سبيل المثال:

الملاحظة بالمشاركة والتجربة الميدانية والدراسة المنظمة للوثائق واستقصاء الرأى العام معتمداً في ذلك على تطبيق بعض معايير أو سمات المنهج العلمي: كالقياس الكلى للظواهر وفرض الفروض واختبارها وقياس الثبات والصدق والاستنتاج السبئي وخطوات معالجة البيانات وغير ذلك من المعايير العلمية.

٢- التحقق الصحفي المصور:

هذا النوع من التحقيق يعتمد على الصورة الفوتوغرافية كعنصر اساسي وتكون الكلمة هنا عاملاً مساعداً أو مضاداً للصورة وكثيراً ما تخصص الصحفة الرياضية لهذا النوع من التحقيقات مساحات كبيرة على صفحاتها.

وتقوم فكرة هذا النوع من التحقيقات الصحفية الرياضية على ان الصورة أكثر واقعية وصدقًا من الكلمات مهما ان كثرت أو طالت بل كثيراً من الصحفيين ينشرونها بدون تعليق لكن في التحقيقات الصحفية لابد وأن تكون الكلمات مصاحبة لها حتى يمكن ان يطلق عليه تحقيق صحفى .

خطوات تحرير التحقيق الصحفى الرياضى:

- ١ - اختيار فكرة الموضوع الذى يدور حوله التحقيق الرياضى ثم بلوورته .
- ٢ - مراجعة الفكرة وتحديدها بدقة .
- ٣ - جمع الخلفيات الازمة حولها من بيانات مكتوبة ومواد مصورة ومرسومة من قسم المعلومات .
- ٤ - جمع المعلومات المكتوبة بواسطة المحرر الرياضى نفسه أو فريق المحررين .
- ٥ - جمع المعلومات المصورة بواسطة المصور وكذلك تجهيز المواد المرسومة المناسبة .
- ٦ - المراجعة والاستكمال للمعلومات ميدانياً ومكتبياً .
- ٧ - البناء الفنى للتحقيق الصحفى الرياضى .
- ٨ - صياغة أو تحرير التحقيق الصحفى الرياضى .
- ٩ - المراجعة اللغوية والمعلوماتية والقانونية والاسلوبية لما تم تحريره من تحقيق صحفى رياضى .
- ١٠ - إعادة الصياغة والتقييم وتحديد أولوية النشر .

الفصل السابع عشر

الفرق بين التقرير وال تحقيق

- مفهوم التقرير الصحفى الرياضى
- الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والخبر الرياضى
- الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى
- تحرير التقرير الصحفى الرياضى
- أنواع التقرير الصحفى الرياضى

الفصل السابع عشر

التقرير الصحفي الرياضى

مفهوم التقرير الصحفي الرياضى:

التقرير الصحفي الرياضى هو أحد أشكال أو فنون التحرير الصحفي للصحافة الرياضية التي تعمل من خلاله على إمداد القارئ بالمعلومات الرياضية الحديثة التي تتعلق ببعض الأشخاص الرياضيين أو بعض الأحداث الرياضية ويكون لها مغزى معين.

ولقد أصبح التقرير الصحفي الرياضي بأنواعه المختلفة أحد الأشكال الصحفية الرئيسية في الصحافة الرياضية لأنها في العمل على نقل صورة كاملة للأحداث الرياضية الجارية عن طريق الوصف المنطقي وال موضوعي لهذه الأحداث (٦٥-١٣٥).

كذلك من خلاله يستطيع المحرر الرياضي أن ينقل للقارئ خبراته الذاتية التي قد تفيد القارئ في حياته الخاصة أو يمكن من خلاله أيضاً عرض صورة لشخصية رياضية محببة إلى نفوس القراء حيث يتعرف من خلالها على التاريخ الرياضي لهذه الشخصية والخبرات التي اكتسبها من خلال عمله بال المجال الرياضي.

وال்�تقرير الصحفي الرياضي غالباً ما يهتم بوصف المباريات أو المنافسات الرياضية التي تقع ما بين الفرق الرياضية في الألعاب الجماعية أو ما بين اللاعبين وبعضهم في حالة الألعاب الفردية وهذه المباريات أو المنافسات هي محور المجال الرياضي.

لذلك لابد للمحرر الرياضي وهو في مرحلة إعداد التقرير الصحفي الرياضي

أن يعمل على الحصول على كافة المعلومات عن الفرق المنافسة أو اللاعبين المنافسين مثل متى يبدأ اللعب؟ وأين؟ وتشكيل كل فريق في حالة المنافسة بين فريقين وعليه أيضا قبل بداية المباراة أن يتتأكد عما إذا كان قد حدث تغيير في اللاعبين أو في مواقعهم حتى يمكنه أن يتبع بعد ذلك المباراة في دقة وسهولة.

وال்தقرير الصحفى الرياضى يقوم على التتبع الحرفي للأحداث المباراة أو المنافسة مع التركيز على الواقع البارز فيها ثم تحليل جوانبها المختلفة وهو يهتم أيضا بوصف جو المباراة أو المنافسة ورد فعل الجمهور تجاه سير اللعب وتجاه النتيجة وال்தقرير الصحفى الرياضى يجب أن يجسد للقارئ روح المباراة حتى تكتسب المعلومات الواردة في التقرير الصحفى نبضها الحى فالمعلومات الباردة كما يصفها فاروق أبو زيد (١٩٩٣) تقتل التقرير الصحفى الرياضى ولا تجذب القارئ إلى تكملة قراءته.

ومن خلال العرض السابق يمكن تعريف التقرير الصحفى الرياضى بأنه: شكل من أشكال الصحافة الرياضية يقع ما بين الخبر الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى.

وحتى يمكن ايضاح مفهوم التقرير الصحفى الرياضى في ذهن القارئ لابد من ايضاح الفرق بينه وبين كل من الخبر الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى.

الفرق بين التقرير الصحفى الرياضى والخبر الرياضى:

- في الخبر لا يظهر محرره حتى لا يفقد موضوعيته بينما في التقرير يفضل أن تكون شخصية المحرر واضحة وبارزة من خلال نقله للأحداث المهمة ويكون ذلك مدعما برأيه وانطباعاته الشخصية.

- يركز الخبر على نقل الحدث فقط في حين أن التقرير الصحفى يتسع في سرد التفاصيل وذلك من خلال ملاحظة المحرر لبعض الجوانب نذكر منها:

* الظروف التي أدت إلى وقوع هذا الحدث الرياضى.

* الأشخاص الذين كان لهم دورا في هذا الحدث.

* تقديم مزيداً من التفاصيل الجانبية عن هذا الحدث الرياضي وهي تفاصيل قد لا تكون ضرورية إذا اقتصر على نشر الحدث كخبر رياضي فقط (٥٦ - ١٣٦).

كما أن هناك مجموعة من التساؤلات يحب قراء الصحافة الرياضية الإجابة عليها لايستطيع الخبر الإجابة عليها فمثلاً: القارئ الرياضي يكون في سوق لمعرفة لماذا لم يحرز الفريق عدد أكبر من الأهداف ولماذا تم تبديل لاعب معين مع أنه كان في غير حالي؟ وسبب عدم اشتراك لاعب آخر في المبارزة هل للإصابة أم هناك ظروف خاصة؟ وكذلك يريدوا أن يعرفوا لماذا الغى حكم المبارزة الهدف الذي أحرزه أحد الفريقين؟ ولماذا قام الحكم بانذار اللاعب؟ وغير ذلك من الأسئلة التي يريد القارئ الإجابة عليها وهذا يتطلب من المحرر أن تكون لديه قوة الملاحظة والKİاسة وأن يكون متحدث جيد لديه القدرة على الكتابة بأسلوب سهل بسيط (٥٨ - ١٦٦).

الفرق بين التقرير الصحفي الرياضي والتحقيق الصحفي الرياضي:

- يتميز التحقيق الصحفي الرياضي بأن لدى المحرر فترة كافية لإعداده في حين أن محرر التقرير يكون عامل الوقت ضده وهذا يعطي الفرصة لمحرر التحقيق في التعمق والبحث والتنقيب والتحرى عن الحقائق والمعلومات الرياضية من مصادرها المختلفة وتقديم موضوع جيد مدعم بأراء المسؤولين واطراف الحدث أو الواقعه في حين أن محرر التقرير يكتفى بتقديم صورة سريعة للحدث الرياضي أو التركيز على أحد جوانب هذا الحدث.

- كما أن التقرير الصحفي الرياضي له أهداف وأغراض صحفية تختلف عن أهداف وأغراض التحقيق الصحفي الرياضي فال்�تقرير يهدف إلى نقل صورة كاملة للأحداث الرياضية من خلال جمع أكبر كم من المعلومات والحقائق الرياضية في أقل قدر ممكن من العبارات في حين أن التحقيق الصحفي الرياضي يهدف إلى شرح وتفسير الأحداث الرياضية والتعليق عليها في محاولة للفت نظر القارئ إلى أهمية الموضوع من خلال دعمه بالاحصائيات والأرقام والبيانات الرياضية.

وعلى الرغم من هذا الاختلاف الذى بين كل من التقرير الصحفى الرياضى والتحقيق الصحفى الرياضى إلا أن هناك بعض النقاط التى يتفقان فيها والتى أشار إليها فاروق أبو زيد (١٩٩٠) وذلك كالتالى:

- أ- أنه قد يتضمن كل منهما بقية الفتون والاشكال الصحفية الأخرى كالخبر والتعليق والصور والرسوم.
- ب- كل منها قد يكتفى بالاجابة على أحدى الشقائقات الستة وهى لماذا؟
- ج- أن كل منها يظهر ويكشف عن شخصية محرره.
- د- كل منها ليس مطالباً بالتعبير عن السياسة التحريرية للصحيفة الرياضية وإن كان مطالباً بالآراء معها.
- هـ- كل منها يقوم برسم صورة واقعية للرياضة في كل مجالاتها ولا يقوم على الخيال أو التضليل.

تحرير التقرير الصحفى الرياضى:

يقوم تحرير التقرير الصحفى الرياضى على قالب الهرم المعتدل أى أنه ينقسم إلى ثلاثة أجزاء هي:

المقدمة - الجسم أو المتن - الخاتمة. ورغم تعدد أنواع التقرير إلا أنها جميعاً تتميز بوجود الأجزاء الثلاثة (٨٤ - ٥٨، ٨٣) والتي يمكن تناولها بالشرح وذلك كالتالى:

أ- مقدمة التقرير:

في هذه المقدمة يبحث المحرر الرياضى فيها عن مدخل يجذب من خلاله انتباه القارئ للموضوع عن طريق وضع معلومة أو واقعة هامة في المباراة تجعل القارئ في شوق لقراءة التقرير إلى نهايته وتكون مدخل للبناء الفني لهذا التقرير وقد تضم المقدمة نتيجة المباراة واسم الفريق الفائز واسماء اللاعبين الذين حققوا الأهداف.

مثال ذلك: «سجل أحمد الصغير نجم الفريق الاسماعيلي هدف المباراة الوحيد

في مرمى النادي الأهلي في آخر ربع ساعة من مباراة الأمس وبذلك كسب النادي الإسماعيلي كأس مصر لأول مرة في تاريخه».

ومثال آخر: «أخيراً فاز الإسماعيلي بكأس مصر لأول مرة في تاريخه بعد ما توقع الكثيرون خروجه من البطولة صفر اليدين وبهذا توج النادي الإسماعيلي بطلاً للكأس بفوزه على النادي الأهلي أمس ١ / صفر في مباراة مثيرة».

بـ- جسم التقرير:

من خلاله يحاول المحرر الرياضي أن يبرز أهم أحداث المباراة ويوضح للقارئ مالمل يحيط به علماً من معلومات رياضية لها دلالاتها وتكون ذات أهمية جوهرية تدعم الموضوع الذي يتناوله هذا التقرير.

ومن خلاله أيضاً يقوم المحرر الرياضي بشرح طريقة اللعب والخطط التي التزم بها الفريقين ووصف دقيق للاهداف أو النقاط التي تم احرازها ورد فعل الجمهور في المدرجات تجاه ما يحدث في الملعب أي وصف لأهم الأحداث التي تقع في المدرجات من جمهور المترجين.

ويرى فاروق أبو زيد (١٩٩٣) أن جسم التقرير الصحفي يجب أن يحتوى على العناصر التالية:

- ١ - عدد أهداف أو نقاط المباراة ونصيب كل فريق منها.
- ٢ - كيف جاءت هذه الأهداف أو تلك النقاط.
- ٣ - المقارنة بين أداء الفريقين المنافسين على أن تشمل المقارنة نقاط الضعف والقوة في كل منهم.
- ٤ - نجوم المباراة سواء من احرزوا الأهداف أو ساهموا في احرازها أو كان لهم دور مؤثر في سير أحداث المباراة لصالح فريقهم أو قيادتها.
- ٥ - حالة الجو الذي جرت فيه المباراة حار أم بارد. مطر أم صحو وهل كان له تأثير على سير أحداث المباراة أو على نتيجتها.

٦- انفعالات الجمهور في المدرجات وخاصة جمهور الفريقين وردود افعالهم تجاه أحداث المباراة.

٧- الحالة النفسية التي سيطرت على اللاعبين في الفريقين أثناء ادائهم للمباراة هل جرت في جو من الهدوء أم من التوتر وهل حدثت تجاوزات من اللاعبين أو المتفرجين أم لا؟ أو يعني آخر التعبير عن «روح المباراة».

٨- صراع الدقائق الأخيرة من المباراة وكيف انهى كل فريق المباراة.

٩- النتائج التي ترتب على المباراة وأثرها على مستقبل كل فريق وعلى المسابقة كلها كالفوز بهذه المسابقة أو ضياعها أو الصعود إلى الدرجة الأرقى أو الهبوط إلى درجة ادنى وغير ذلك من النتائج.

١٠- المعلومات السابقة أو الخلفية للمباراة. هل هي المباراة الأولى بين الفريقين أم الثانية أم...؟ وما نتائج المباريات السابقة بينهما وغير ذلك من المعلومات التي تلقى الضوء على كل من الفريقين.

العرض السابق يوضح العناصر التي يجب أن يتضمنها جسم التقرير الصحفي الرياضي وقد يخصص المحرر الرياضي فقرة مستقلة في جسم التقرير لكل عنصر منها وقد يمزج أكثر من عنصر منها في فقرة واحدة وهذا يتوقف على طبيعة المباراة ورؤى المحرر الرياضي لها وخبرته في كتابة هذا النوع من الأشكال الصحفية والتي تميز بها الصحافة الرياضية.

مع مراعاة أن يتأكد المحرر الرياضي من أن عدد الأهداف التي أوردها في جسم التقرير تكون مطابقة لعدد الأهداف التي ذكرها في المقدمة مع بيان توقيت احراز كل هدف من هذه الأهداف.

جـ- خاتمة التقرير:

تعتبر الخاتمة هي آخر جزء في التقرير وغالباً ما تتضمن عرض سريع للنتائج النهائية التي أسفرت عنها الأحداث الرياضية في المباراة مع تقسيم المحرر لموضوع التقرير كتقييمه لاداء اللاعبين والحكام وسلوك المتفرجين ويمكن ان يأخذ هذا

التقييم شكل درجات رقمية تعطى للاعبين الذين اشتركوا في المباراة من عشرة فبدلك تعد تلخيصا سريعا ومباسرا لرأي المحرر الرياضي في المباراة ويستوعبها القارئ بوضوح .

والشكل التالي يوضح اجزاء التقرير الصحفي الرياضي في قالب هرمي معتدل (٥٧ - ٨٥) .



شكل (٦)

يوضح اجزاء التقرير الصحفي الرياضي في قالب هرمي معتدل

أنواع التقرير الصحفي الرياضى:

للتقرير الصحفي الرياضى ثلاث أنواع هى :

١- التقرير الاخبارى:

هذا النوع من التقارير يهتم بتغطية الاحداث الرياضية اليومية من خلال عرض هذه الاحداث وتقديم تفسير لها .

٢- تقرير الشخصية:

هذا التقرير يقوم على الرسم المتقن لشخصية رياضية عامة ومشهورة والتي كان لها دور فى صنع الاحداث الرياضية اليومية وذلك من خلال تقديمه للقراء ثم ذكر مقتطفات من حياته الرياضية وسرد لتاريخه الرياضى وما تخلله من بطولات والنجازات على المستوى المحلى والدولى .

٣- التقرير الحى:

يقوم هذا النوع من التقرير على الانبار الرياضية الحادة ويهتم بنقل هذه الاخبار بصورة واقعية وصادقة أكثر من اهتمامه بتقديم تفسير أو تحليل لها ، ويعتبر التقرير الحى هو أكثر التقارير الصحفية استخداما في الصحافة الرياضية .

الفصل الثامن عشر

الصور في الصحافة الرياضية

- خصائص الصورة الصحفية الرياضية
- الصورة الصحفية الكاريكاتيرية
- وظيفة رسام الكاريكاتير في الصحافة الرياضية
- رسائل القراء

الفصل الثامن عشر

الصورة الصحفية

أصبحت الصورة الصحفية تتمتع بمكانة كبيرة بين الفنون الصحفية المختلفة حيث اعتبرها البعض وسيلة اتصال كغيرها من الوسائل لها تاريخها ولها طابعها ولها استخداماتها في المجالات الإعلامية المختلفة.

والصورة الصحفية تشتمل على الصورة الفوتوغرافية والرسوم البيانية والخرائط والكاريكاتير. وتتميز الصورة الصحفية بعدة خصائص فريدة على المستوى الاتصالي العام.

خصائص الصورة الصحفية الرياضية:

للصورة الصحفية عدة خصائصها ذكر منها:

١ - سرعة أكبر في لفت أنظار القراء:

إن الصورة الصحفية النموذجية تنجح قبل غيرها من مواد الصحفية أو من عناصرها الطباعية أو التيلوغرافية في لفت أنظار القراء إليها وتجذبهم نحوها بكل ما توافر لها باستثناء عنوان الصفحة الرئيسي - المانشيت - وباستثناء بعض العناوين الأخرى ذات الأهمية النسبية فإن الصورة لا يكاد ينافسها في ذلك منافس وخاصة لبعض الصفحات الداخلية وبعض الزوايا والاركان ولا سيما صفحات المجلة استناداً ما يرتبط بصورها من عوامل جذب اخبارية أو جمالية أو ما يرتبط بعنصر الشهرة (٧٨ - ١١٥، ١١٦).

إن الصورة الصحفية الموجودة على غلاف أحدى المجالات الرياضية قد لا تجد منافسه من أي مادة صحفية أخرى وبما تميز به من عناوين رئيسية وبما تحويه من عناصر لجذب القارئ.

كما أن الصورة الصحفية الرياضية تقوم بترجمة مادة تحريرية على أخرى من حيث اجتذاب عين القارئ إليها وبالتالي زيادة فرص المروئية المتاحة أمام هذه المواد قبل أن تناح لغيرها.

٢- سرعة أكبر في الفهم وامكانية التأثير:

ان خصائص الصورة الصحفية الرياضية لا يقف عند حد لفت انتظار القراء إليها ولكنها يؤدى إلى سرعة أكبر وسهولة في الوصول إلى ذلك الشيء أو ذلك العنصر أو هذه الفكرة أو ذلك العمل الذي يريد المصوّر قوله من خلال صورة بالذات.

فلاشك أن الصورة الجذابة اللافتة للانتظار اذا اتبعت ذلك بوضوح في تفاصيلها وبساطة في مضمونها واستراحة في جوانبها فإن ذلك يكون أكثر مداعاة لفهمها أو لفهم ما يقوله مصدرها، وبل ويكون أكثر سرعة في الوصول إلى عقل القارئ بدلاً من قراءة المقال كله فالصورة الصحفية الرياضية تقوم بهذه المهمة.

وهذا يتناسب مع هؤلاء الذين تعوزهم الفرص الكاملة للقراءة والاطلاع أو تحول شواغلهم دون ذلك أو يكون هؤلاء من الذين ينفذ صبرهم سريعاً أو من أنصار القراءين.

٣- قاعدة أكبر من المؤثرين:

ولأن الصورة تتيح لأكبر عدد من الجمهور رؤيتها أو مشاهدتها والتي تجعل منها لغة عالمية أو تجعل فهم خطوطها وجزئياتها ومضمونها كله شيئاً متاحاً لأكبر عدد من المشاهدين وفقاً لذلك فإنها عندما تعمد إلى التأثير فإن اثرها في هذه الحالة عندما يقع يتد طولاً وعرضًا عند قطاعات عديدة من الناس يصل إليهم في مختلف الأماكن والمواقع ومن مختلف المراحل السنية والمستويات الثقافية والاجتماعية بحيث نجد انفسنا في النهاية أمام قاعدة كبيرة من القراء والمشاهدين أو أنصار القراء (٧٨ - ١١٨).

٤- تأثير أكثر عمقاً:

إن الصورة الصحفية الرياضية بكل ما يتاح لها من وسائل الذيع والانتشار والالتقطان والأعداد والنقل والبنت والمعالجة والنشر والفرص تكاد تكون هي صيحة العصر التي تقوم باجتذاب الجمورو انطلاقاً من خصائصها العديدة ليست فقط قاعدة أكبر من المتأثرين وإنما زيادة في فرص التأثير الإيجابي أو الذي يتوجه في رحلته داخل عقل الإنسان وفي فكره إلى أماكن أكثر عمقاً قد لا تتمكن الأشكال أو الفنون الصحفية الأخرى من الوصول إلى مستواها أو مداها في معظم الأحوال (٧٨ - ١١٨، ١١٩).

الصورة الصحفية الرياضية تكون أكثر دقة في الوصول إلى مضمون الرسالة الإعلامية إلى عقل القارئ قد تعجز الكلمات عن تحقيق ذلك ولاسيما في الموضوعات المتصلة بالحوادث الهامة كحوادث العنف التي تحدث داخل الملاعب. فتستطيع الصورة الصحفية أن تحدث تأثيراً يفوق في حجمه وعمقه تأثير أي من الأشكال الصحفية الأخرى خاصة عندما يستند هذا التأثير إلى أسباب حقيقة موضوعية ولعل نظرة واحدة إلى صورة احداث العنف أو الشغب التي تحدث في الملاعب الرياضية والتي توضح حجم الخسائر الناجمة عن هذه الأحداث. لتأكيد بما لا يدع مجالاً إلى الشك عظم هذا التأثير الذي تحدثه الصورة الصحفية.

٥- خصائص من زاوية زمنية:

إن الصورة الصحفية أكثر ثباتاً في اذهان القراء لأنها بما يتاح لها من عناصر حديثة وانسانية وبخاطبتها البعض غرائز الإنسان كحب الاستطلاع وحب البقاء ول مشاعر الخوف والقلق وبكل ما لها من خصائص الجاذبية وكذا بواقعيتها وسخونتها كل ذلك يجعل منها أكثر مداعاة لأن تستقر في ذاكرة القراء، وان تحفر في مخيلتهم، كصورة اعتداء لاعب على حكم مباراة أو اعتداء لاعب على مدربه لاعتراضه على خروجه من الملعب واستبداله بلاعب آخر. بعض هذه

الصور يحتفظ بها القارئ في ذاكرته طوال عمره حتى عندما يشاهدها وهو صغير وربما قبل ان يعرف القراءة. أنها الذاكرة الفوتوغرافية.

هذا بالإضافة الى بعض الخصائص الأخرى (٧٨ - ١١٨، ١١٩) والتي منها:

- مساعدة الصحيفة أو المجلة على القيام بدور الراصد أو المسجل الأمين للأحداث وتعريف الجمهور بها .
- دعم ما يريد المحرر قوله وتأكيده واثبات صحته أو عدم صحته .
- اضافة الجديد الذي يمثل قيمة اخرى عن طريق التسجيل الصادق والدقيق الى المادة التحريرية أو النص التحريري .
- أضافة تفصيلات جديدة عن طريق الخطوط والألوان ومح토ى الصورة والصور المصاحبة الى هذه المادة .
- التركيز على الجوانب المهمة والاساسية والمؤثرة من جوانب الاحداث أو القضية أو التحقيق قد يصعب تحقيق ذلك بواسطة الكلمات بنفس الدرجة .
- تسجيل جوانب بعينها أو لحظات بعينها لم يتلفت إليها المحرر في زحمة العمل وهو ما يمكن للعدسة تسجيله .
- اعطاء الفرص للكتاب والمحررين من أجل النقد والتعليق والتحليل لهذا الجانب الذي تسجله الصورة على اساس واقعى يقدم للقارئ مادة التعليق وأسبابه ثم التعليق نفسه .

الصورة الصحفية الكاريكاتيرية:

إذا كانت الصورة الصحفية الفوتوغرافية تقوم بدور الراصد الأمين للأحداث فإن الكاريكاتير أو الكاريكاتور (الصورة الصحفية الكاريكاتيرية» تعكس شخصية الفنان الذي يعبر عن رأيه في هذه الاحداث بصورة ساخرة باعتبار أن الكاريكاتور هو أحد أشكال الرسوم الساخرة ويلك قدرة كبيرة على اعطاء تأثيرات جمالية

وفكاهية للاخبار والمواضيع والاحاديث التي تقع في المجال الرياضي وبالتالي يمكن له من توجيه الرأى العام في أي مجال من مجالات الحياة وليس المجال الرياضي فحسب (٢٦ - ٢٢).

وظائف الكاريكاتور أو الكاريكاتور في الصحافة الرياضية:

للكاريكاتور عدة وظائف في الصحافة الرياضية نذكر منها:

- ١- تصوير الواقع الرياضي في أي مجتمع.
- ٢- يعبر عن هموم المجتمع الرياضي.
- ٣- يدعو إلى التغيير إذا تطلب هذا في المجتمع الرياضي.
- ٤- يجعل القراء يفكرون ويضحكون فيما يصوره لهم من أحداث رياضية.
- ٥- النقد بالاشارة إلى الأشياء التي يمكن ان تؤدي بشكل أفضل أو بشكل مختلف.

وظيفة رسام الكاريكاتور في الصحافة الرياضية:

- ١- أن يجعل الجمهور يفكر فيما يطرحه لهم من موضوعات وقضايا رياضية معاصرة بل يتوقف نجاحه على قدرته على جعل هذا الجمهور يفكر في هذه القضايا وتلك الموضوعات.
- ٢- يسعى الى محاولة تغيير افكار جمهور القراء عن بعض الظواهر التي قد تتعارض والهدف من الرياضة كظاهرة التعصب مثلاً.
- ٣- أن يدير حواراً بين الجمهور في الأحداث الرياضية المعاصرة لأن هذا عمله الأساسي ووظيفته الأولى.
- ٤- أن يُبسط أي قضية رياضية إلى الحد الذي يصبح فيه اسلوب الرسالة مفهوماً يهدف الحصول على تأييد أو معارضه الجمهور لها بشكل يكفي لمناقشتها ثانياً (٦٥ - ٢١٩).

رسائل القراء:

الصحيفة الناجحة هي التي تهتم بقياس الرأي العام وتعتبر رسائل القراء خير وسيلة للقيام بهذا الدور حيث أنها تعكس صورة الرأي العام في أي مجال من محاولات الحياة وبالتالي يمكن التعرف على اتجاهات الرأي العام في المجال الرياضي وذلك في مختلف الموضوعات والقضايا الرياضية المطروحة.

ومن هنا يمكن للصحافة الرياضية أن تلتقط زاوية هامة يمكن للمحررين الرياضيين من التحرك في نطاقها كما يمكن لها من التعرف على بعض الشارع الرياضي تجاه هذه القضايا ورؤيتها في معالجتها فرسائل القراء تعد بمثابة مرآة للرأي العام.

ونتيجة لهذا الدور الذي يمكن لرسائل القراء أن تلعبه فقد خصصت الصحافة الرياضية لها صفحات كاملة أو على الأقل جعلت لها ركن ثابت يحتل أكثر من عمود داخل صفحاتها لكي تؤدي وظيفة هامة من وظائفها باعتبار أن رسائل القراء أحدى وسائل الاتصال بالجماهير.

رسائل القراء تتيح أيضا الفرصة للقراء للرد على المقالات الافتتاحية أو التعليق على المواد الاخبارية أو الاستقصائية الرياضية وقد تحمل الرسالة تعليقا أو رأيا شخصيا أو اثارة لقضية رياضية عامة أو حتى مشكلة شخصية للقارئ.

وتقديرا للدور الذي يمكن أن تلعبه رسائل القراء تجاه المجتمع الرياضي يجد هذا الباب في الصحافة الرياضية أعلاه كبرا من الجمهور حيث يصل يوميا إلى الصحافة الرياضية كم هائل من هذه الرسائل ولهذا يلجم المحرر الرياضي المختص برسائل القراء إلى قراءة هذه الرسائل وفحصها وفرزها وتصنيفها ونشر ما يستحق منها بعد تلخيصه أو اختصاره أو نشره كاملا بتوقيع صاحبه ونشر الرسالة يخضع لعدة معايير منها: موضوعها أو مصدرها.

وترفض الصحافة الرياضية نشر الرسائل المجهولة التي لا تتحمل توقيعا لكن بناء على طلب صاحب الرسالة ولظروف خاصة قد تنشرها بدون توقيع.

كما أن الصحافة الرياضية يجب عليها أن تراعى عدم نشر رسائل قد تعرضها لأى مسألة قانونية قد تحوى سباً أو قدفاً أو اهانة لأى اشخاص فى الوسط الرياضى .

وكتيراً ما تقوم الصحافة الرياضية بعملية تخليل يومى لمضمون رسائل القراء ويشمل ذلك أيضاً الرسائل التى ترد إلى جميع أقسامها وكتابها ومحرريها وتحصل من خلال ذلك على تقرير يومى عن مقرؤية الجمهور لما يكتب لهم من مواد تحريرية رياضية ومدى مناسبتها لهم ودرجة استيعابهم لها وكذلك التعرف على اتجاهاتهم واهتماماتهم واقتراحاتهم وبالتالي العمل على تطوير ما يقدم لهم من خدمة صحفية بما يعمل على ضمان استمرار متابعتهم لما يكتب (٦٥ - ٢١٧) .

أولاً الرابع العربي

- ١- إبراهيم امام: بحوث تحليل المضمون وتطبيقاتها في الإعلام، مجلة الإذاعات العربية، العدد ٧٠، ابريل ١٩٧٧.
- ٢- _____: الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط٢، ١٩٧٩.
- ٣- _____: دراسات في الفن الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٩١.
- ٤- إبراهيم فتحى: استئلة علم الاجتماع حول الثقافة والسلطة والعنف الرمزي، دار العالم الثالث، كتاب العالم الثالث، ١٩٩٥.
- ٥- اجلال خليفة: فن التحرير الصحفي، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٢.
- ٦- _____: اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي - الجزء الأول، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٢.
- ٧- _____: اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي مع دراسة عن الأخلاقيات الصحفية في المجتمع الإسلامي المعاصر، ط٢، مكتبة الأنجلو المصرية. ١٩٨١.
- ٨- أحمد حسين الصاوي، سامي عزيز: القاموس الإعلامي، القاهرة، ١٩٩٦.
- ٩- أحمد عكاشة: الطب النفسي المعاصر، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٢.
- ١٠- أحمد محمد الزيادى وأخرون: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دائرة المكتبات والوثائق الوطنية، عمان، الأردن، ١٩٨٩.

- ١١ - أخبار اليوم : العدد ٢٧٤٣ ، السنة ٥٣ ، ٣٠ مايو ، ١٩٩٧ .
- ١٢ - اديب خضور : الخبر الصحفي ، سلسل الثقافة الصحفية ، دمشق ، ١٩٧٣ .
- ١٣ - اسعد مرزوق : موسوعة علم النفس ، المؤسسات العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٧ .
- ١٤ - أسامة كامل راتب : علم نفس الرياضة - المفاهيم والتطبيقات ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٩٥ .
- ١٥ - الشيخ الإمام محمد بن أبي ، أبو بكر عبدالقادر الرازي : مختار الصحاح دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٧ .
- ١٦ - امة العليم السوسة : الإعلام والطفل والعنف ، مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير ، العدد ٧٠ ، القاهرة ، ١٩٩٣ .
- ١٧ - أمين أنور الخولي : الرياضة والمجتمع ، عالم المعرفة ، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، العدد ٢١٦ ، الكويت ، ديسمبر ١٩٩٦ .
- ١٨ - أمين ساعاتي : أزمة الصحافة الرياضية ، الأسباب والعلاج ، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية ، القاهرة ، ١٩٩٣ .
- ١٩ - أميمة منير جادو : البرامج التربوية للطفل ، دار المعارف سلسلة اقرأ ، القاهرة ، ١٩٨٩ .
- ٢٠ - توماس بيري - ترجمة مروان الجابری : الصحافة اليوم ، مؤسسة بدران ، بيروت ، ١٩٦٤ .
- ٢١ - جلال الدين الحمامصى : من الخبر الى الموضوع الصحفي ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٦٥ .
- ٢٢ - _____ : الصحفة المثالية ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٢ .
- ٢٣ - جيهان رشتي : الاسس العلمية لنظريات الإعلام ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٨ .

- ٢٤ - حازم عبد المحسن محمد إبراهيم: الصحافة الرياضية في مصر في الفترة من عام ١٩٨٢ : ١٩٩٠ ، رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية بنين ، القاهرة ، ١٩٩٣ .
- ٢٥ - حامد عبدالسلام زهران: علم النفس الاجتماعي ، عالم الكتاب ، ط٥ ، القاهرة ، ١٩٨٤ .
- ٢٦ - حسام الدين رفقى عبدالخالق: وسائل الإعلام كعامل من العوامل المؤثرة لاكتساب السلوك الرياضي ، رسالة دكتوراه ، كلية التربية الرياضية بنين ، القاهرة ، ١٩٧٩ .
- ٢٧ - حمدى حسن: مقدمة في دراسة وسائل واساليب الاتصال ، دار الفكر العربي ، ١٩٨٧ .
- ٢٨ - خير الدين على عويس ، عصام الهلالى: الاجتماع الرياضي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٩٧ .
- ٢٩ - خليل صابات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ط٤ ، القاهرة ، ١٩٨٥ .
- ٣٠ - _____: نظرة إلى الصحافة المصرية خلال عام ١٩٩٥ ، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ، العدد ٨٥ ، القاهرة ، ١٩٩٦ .
- ٣١ - رشدى طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية - مفهومه - اسسه - استخداماته ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٨٧ .
- ٣٢ - زيدان عبدالباقي: قواعد البحث الاجتماعي ، مكتبة القاهرة الحديثة ، القاهرة ، ١٩٧٢ .
- ٣٣ - _____: وسائل واساليب الاتصال في المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارية والإعلامية ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٩ .

- ٣٤ - دافيد ماكيميلان ترجمة عبد الهادى الجوهري، محمد سعيد فرج : مجتمع الانجاز - الدوافع الإنسانية للتنمية الاقتصادية ، مكتبة نهضة الشرق ، القاهرة ، ١٩٨٠ .
- ٣٥ - دراسات إعلامية ، اساتذة قسم الإعلام ، جامعة الكويت ، منشورات ذات السلسل ، الكويت ، ١٩٩٥ .
- ٣٦ - ديسكترووايت: الناس والمجتمع ووسائل الاتصال الجماهيري ، مليتكو المطبعة الحرة ، نيويورك ، ١٩٦٤ .
- ٣٧ - سحر محمد وهبى : دور صحافة الأطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى - دراسة تحليلية لتحليل مضامون مجلتى ميكى وسمير - ودراسة ميدانية على جمهور الأطفال وأولياء الأمور والمعلمين - بجامعة سوهاج - ماجستير - كلية الآداب بسوهاج - جامعة أسيوط - ١٩٨٤ .
- ٣٨ - سيد أحمد عثمان : علم النفس الاجتماعي التربوى - التطبيع الاجتماعى - الجزء الأول ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٠ .
- ٣٩ - صابر سليمان عسران : العنف فى برامج التليفزيون ، مجلة الوعى الإسلامي ، العدد ٣٧٣ ، الكويت ، يناير ١٩٩٧ .
- ٤٠ - صالح دياب هندي : أثر وسائل الإعلام على الطفل ، جمعية أعمال المطبع التعاونية ، عمان ، الأردن ، ١٩٩٠ .
- ٤١ - صبحى الصالح : النظم الإسلامية ، دار العلم للملايين ، ط٣ ، بيروت ، ١٩٧٦ .
- ٤٢ - صلاح عبد اللطيف ، غازى زين عوض الله: دراسات فى الصحافة المتخصصة ، جلة ، ١٩٩١ .
- ٤٣ - صلاح محمد إبراهيم: مدخل إلى الصحافة والقانون - الحريات والضمادات وأخلاقيات المهنة ، توزيع كولى ، الخرطوم ، السودان ، ١٩٩٥ .

- ٤٤ - عبدالعزيز الغنام: مدخل في علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٦.
- ٤٥ - عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٧٥.
- ٤٦ - _____: الإعلام والدعابة، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٧٢.
- ٤٧ - عبدالله النبوي: الإعلام والتنمية الوطنية في دولة الإمارات العربية، مطبع مؤسسة الاتحاد للصحافة والنشر والتوزيع، أبو ظبي، ١٩٨١.
- ٤٨ - عبدالله سليمان: سيرة الحادثة من الداخل، جريدة المدينة، العدد ٢٠٥، المدينة المنورة، ١٩٨٧.
- ٤٩ - عبد المنعم شحاته: الإعلام والعنف - موجة العنف مسئولية الفرد أم المجتمع، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ٨٥، القاهرة، ١٩٩٦.
- ٥٠ - عبدالحافظ محمد سلامة: وسائل الاتصال وأسسها النفسية والتربوية، سلسلة المصادر التعليمية (٣-٢)، دار الفكر ، القاهرة، ١٩٩٣.
- ٥١ - علاء الدين طلعت محمد: الاسس العلمية لتحديد الصفحات الرياضية بالصحف اليومية مع دراسة تحليلية لصحف الأهرام والأخبار والجمهورية في الفترة من عام ١٩٦٢ وحتى عام ١٩٨٢ ، ماجستير - غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٧ .
- ٥٢ - عطا حسن عبدالرحيم: دراسة تحليلية للبرامج الرياضية بإذاعة الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية، ماجستير ، كلية التربية الرياضية بالمنيا، ١٩٩٣ .

- ٥٣ - غريب سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٩٦.
- ٥٤ - غريب محمد سيد: متطلبات العمل الإعلامي الصادق، الندوة العلمية الرابعة، المركز القومي للدراسات الإعلامية الرياض، ١٩٨٢.
- ٥٥ - فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، ط٢، القاهرة، ١٩٨٤.
- ٥٦ - _____: فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، ط٤، القاهرة، ١٩٩٠.
- ٥٧ - _____: الصحافة المتخصصة، عالم الكتب، ط٢، القاهرة، ١٩٩٣.
- ٥٨ - فايق فهيم: الإعلام المعاصر، قضايا وراء، دار الوطن للنشر والإعلام، الرياض، ١٩٨٥.
- ٥٩ - ق - دنيسيوف، ترجمة مني السعيد: نظريات العنف في الصراع الايديولوجي، دار دمشق للطبع والنشر، دمشق، د.ت.
- ٦٠ - قانون الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، الجريدة الرسمية العدد ٥، مكرر (أ) في ٣ يونيو ١٩٩٦.
- ٦١ - كاترينا دالتون، ترجمة انطوان دانيال: الجريمة والطمث، المجلة الجنائية القومية (٣٥)، بيروت ١٩٦٢.
- ٦٢ - لويس كامل مليكة: سيكولوجية الجماعات والقيادة، الجزء الثاني، الهيئة المصرية العامة للكتاب: ١٩٨٩.
- ٦٣ - _____: قراءات في علم النفس الاجتماعي في الوطن العربي، المجلد الرابع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٥.

- ٦٤ - ليلي عبدالحميد، عواطف عبدالرحمن، نادية سالم: تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٨٢.
- ٦٥ - _____، محمود علم الدين: الصحافة - المداخل الأساسية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩١.
- ٦٦ - محسن فؤاد فرج: جرائم الفكر والرأي والنشر، دار الغد العربي، ط٢، القاهرة، ١٩٨٨.
- ٦٧ - محمد جميل أبو الطيب: الاتحاد العربي للألعاب الرياضية، الأمانة العامة، الدورة الخامسة للتنظيم والإدارة، الرباط، المغرب، ١٩٨٧.
- ٦٨ - محمد حسن علاوى: سيكولوجية التدريب والمنافسات، ط٥، دار المعارف بمصر، القاهرة، ١٩٨٣.
- ٦٩ - محمد صوانة: العنف في برامج التليفزيون، مجلة الوعي الإسلامي، العدد ٢٦٢، الكويت، ١٩٨٦.
- ٧٠ - محمد عبدالحميد: بحوث الصحافة، ط٢، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٩٢.
- ٧١ - محمد عبدالرحمن الحضيف: تأثير وسائل الإعلام - دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، ١٩٩٤.
- ٧٢ - محمد علام محمد: محاضرات في علم اللغة، كلية اللغة العربية بأسيوط، جامعة الأزهر، ١٩٩٤.
- ٧٣ - محمود ادهم: فن التحقيق الصحفي، دار الثقافة للنشر، القاهرة، ١٩٨٠.
- ٧٤ - _____: التحقيق الانموذجي وصحافة الغد، دار الثقافة، القاهرة، ١٩٨٤.

- ٧٥ - محمود ادهم: فنون التحرير الصحفى بين النظرية والتطبيق، جريدة الأهرام وفن التحقيق الصحفى، ط٢، دار الشعب للطبع والنشر، القاهرة، ١٩٨٥ .
- ٧٦ —————: دراسات فى الإعلام التربوى - فن التحرير للصحافة المدرسية، مطبع الدار البيضاء، القاهرة، ١٩٩٣ .
- ٧٧ —————: دراسات فى فن التحرير الاخبارى، ط٢، مطبع الدار البيضاء، القاهرة ، د. ت.
- ٧٨ —————: مقدمة إلى الصحافة المصورة، مطبع الدار البيضاء، القاهرة، د. ت.
- ٧٩ - محمود عبدالرؤوف كامل، نجيب الحصاوى: مقدمة في علم الاتصال والإعلام بالناس، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، ١٩٩٥ .
- ٨٠ - محمود علم الدين: الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة، ١٩٨١ .
- ٨١ - مجدى محمود، حمدى مكاوى: خصائص مرتكبى السلوك الاجرامى ، دراسة سينكوبولوجية - علم النفس، القاهرة، ١٩٨٩ .
- ٨٢ - مدححة محمد الإمام عيسى: دور الصحافة في نشر الثقافة الرياضية عامة والألعاب القوى خاصة، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية ببنات، الإسكندرية، ١٩٧٩ .
- ٨٣ - مصطفى فهمي: علم النفس - أسسه وتطبيقاته، مكتبة الحانجى ، القاهرة، ١٩٧٥ .
- ٨٤ - مهدى فضل الله: فلسفة ديكارت ومنهجه، نظرية تحليلية ونقدية ، دار الطليعة، بيروت ، ١٩٨٣ .
- ٨٥ - نوال خليفة مصطفى: دور الصحافة في نشر الثقافة البدنية والرياضية بين طلاب المرحلة الثانوية - دراسة مقارنة بين لعبة كرة اليد

وبعض الألعاب الجماعية الأخرى، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية بنات، الإسكندرية، ١٩٩٥.

٨٦ - نوربرت ميلر وآخرون، ترجمة أمين أنور الخولي: اللعب النظيف للجميع، سلسلة الفكر العربي في التربية البدنية والرياضية (٥) دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٤.

٨٧ - هارغان، ب. هنريند: الصراع العنصري ووسائل الإعلام - سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، هارموند - سودت بتمومين، ١٩٧٢.

٨٨ - وليم الخولي: الموسوعة المختصرة في علم النفس والطب العقلاني، دار المعارف بمصر، القاهرة، ١٩٧٦.

٨٩ - يوسف مزروق: فن الكتابة للإذاعة والتليفزيون، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٨٨.

ବ୍ୟାକ୍ ପରିଚୟ

- 90- *Adler, A. Sapericrty and Soialin Terst London Rout Ledge and Kegan Pout 1965.*
- 91- *Beck, R. Motivation the orises and Principlespren Tice. New jersey 1978.*
- 92- *Barron, et.al.op. Cit,1991.*
- 93- *Berkowitz op. cit, 1989.*
- 94- *C. Bartol Criminal Behavior: Apsychological approach New york: Prentice-Hall 1980.*
- 95- *Cratty, B-I. Social Psychology in Athleics Prentice Hall, New Jersey 1978.*
- 96-*Donald H. Sohnston, Journalism and midia Ldid, New york: Bonas & Noble Books 1979.*
- 97- *Edwin Emery, Haultk. Agee: Entrodcitiov, To Mass Communio ution Heon, Henl York 1965.*
- 98- *Ferguson, Donald. L. & Patten Jim: Joarnlism Today National. Text Book Company Illinois 1988.*
- 99- *Fisher, A,C. Psychologg of Sport May Field. Publishing Company New York 1976.*
- 100- *Garrison. Brace & Sablijak Mark: Sports Reporting U.S.A iowa State Universitg Press,Ames, 1985.*
- 101- *Gary Provost Loowaysto Im Porove Yoar Writing New. American Librars, 1985.*
- 102- *James, C, Coleman, Psychology and Effective Behavior Taraporevala Sons &. Co, Dambay 1979.*
- 103- *J.Coleman, Etal. Abnormal Mal psychology and Modren Life. Illinois: Scott, Foresman. 1980.*

- 104- J-Dode and G.Viner, *the Practice of Journalism*, London, 1979.
- 105- J- Scott- Aggression. Chicago: Chicagouniv. Press. 1958.
- 106- Kaufman, H. *Definitions and Metodology in the Studyof Aggrion in Psychological- Bulletin* 1964.
- 107- Ke Tn Davis, *Haman Behavior At Work orgnizationl Behavior*, fif
the dition New Delhi TATA Mc Graw- Hill Puplioing
Company Lt 1977.
- 108- Leon, E.Smith. *Psychology of Motorlearning Athletic in Stitute*,
chicago. 1970.
- 109- L. Rees, *constitutional Factors and obnormal behavior*. 1973.
- 110- L. Huesmann & L. Eron, *Tel Evision and aggressivc Child: Across-
National Comparison*. Hillsdal, NJ: Erlbaum, 1986.
- 111- Melvin Mencher, *News Reporting and Writing Dubgue Lowa:*
wn.C. Brawn Co- Publishers, 1977.
- 112-Miccheal, B *Aggression Catharsis. Perspectivesor Aggression (Edt)*
Russell Geen, Academic Press, New York. 1971.
- 113- M. Saueif. etal. *the Egypiton Study Chronic consumption*. Cairo:
Ncscr. 1980.
- 114- P. Brood Hust. *Aniaml Studies beariny abnormal behavior*, 1973.
- 115- P. Jacobs: etal: *Aggressive. behavior, mental- normality and the
xyy male*. Nature, 1965.
- 116- Redy- Lb School and Leisure Lepus Bock. 1982.
- 117- Sampson. E. *social Psychology and Contemporury Society*. New
York John Wiley and Sons 1971.
- 118- Spencer cramp, *Fundamentals of Journalism*, lbid. 1985.
- 119-S. Freud: *Masseenpsy. Chologg and Analgse Leipzig*. 1973.
- 120- Tutko, A. & Richards, w. *Psychologeoy of Coaching Allynond Bacon*
Boston, 1971.
- 121-Ziegler, E. *Phgsical Education and Sport an introduction*, lea &
Fibiger Phila. 1982.

رقم الإيداع
٩٧ / ١٣٧٩٣

الترقيم الدولي
977 - 294 - 041 - 8

طبع آمرون

عطفة فیروز - متفرع من ش. إسماعيل أباشه - لا طرغلی
تليفون: ٣٥٤٤٥١٧ - ٣٥٤٤٣٥٦



مکالمہ
بیانی